

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

КОНОВАЛОВА МАРИЯ ВЛАДИМИРОВНА

ЭВОКАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ

**Диссертация на соискание ученой степени
доктора филологических наук
специальность 10.02.19 – теория языка**

Научный консультант:
доктор филологических наук,
профессор **С.А. Питина**

Челябинск – 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
 ГЛАВА 1. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ, ФИЛОСОФСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭВОКАЦИИ.....	 16
1.1. Эвокация: история вопроса и сущность явления.....	16
1.2. Философские основы репрезентации реальности в Интернете.....	39
1.3. Процесс познания в виртуальной и реальной действительности.....	44
1.3.1. Общие и специфические характеристики Интернет-пространства	46
1.3.2. Виртуальная реальность и особенности мышления человека.....	51
1.4. Освоение виртуальной реальности.....	55
1.4.1. Интерактивность и функционирование сознания в Интернет-пространстве.....	59
1.4.2. Познавательные процессы концептуализации, категоризации и когерентизации.....	61
Выводы по главе 1.....	72
 ГЛАВА 2. ЭВОКАТИВНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕДИАДИСКУРСА В ИНТЕРНЕТЕ.....	 77
2.1. Медиадискурс и методология его исследования.....	77
2.2. Признаки и структура информационного концепта	89
2.3. Типы медийных информационных концептов.....	99
2.4. Концептуальная сфера в компонентах когнитивной матрицы	102
2.5. Эвокативная репрезентация Интернет-медиадискурса в компонентах матрицы коллективного сознания.....	110
2.6. Матрица коллективного сознания в Интернет-медиадискурсе.....	118
Выводы по главе 2.....	156

ГЛАВА 3. ЭВОКАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В МЕДИАДИСКУРСЕ.....	162
3.1. Философско-эвокативные аспекты коммуникации.....	162
3.2. Коммуникативная ситуация в эвокативном аспекте.....	165
3.3. Контекст в компонентах матрицы коллективного сознания.....	172
3.4. Когерентный контент-срез Интернет-СМИ.....	179
3.4.1. Когерентный контент-срез стабилизирующей модели СМИ.....	193
3.4.2. Когерентный контент-срез деструктивной модели СМИ.....	208
Выводы по главе 3.....	243
 ГЛАВА 4. ЭВОКАТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ.....	 247
4.1. Коммуникативные процессы и эвокативное моделирование.....	247
4.2. Языковые компоненты коммуникативно-ситуационного орнамента.....	250
4.3. Жанровые компоненты коммуникативно-ситуационного орнамента.....	254
4.4. Антиномический метод моделирования медиадискурса или информационные войны.....	259
4.5. Эвокативное моделирование информационных потоков	267
Выводы по главе 4.....	269
 ГЛАВА 5. ЭВОКАТИВНЫЕ ФУНКЦИИ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ.....	 272
5.1. Кластерный анализ эвокативных функций медиатекстов.....	272
5.1.1. Кластеры 1–6: этнос (культурно-историческая общность).....	276
5.1.2. Кластеры 7–12: территория (пространственный компонент).....	288
5.1.3. Кластеры 13–18: исторический момент (время).....	298
5.1.4. Кластеры 19–24: политическая и экономическая ситуация.....	309
5.1.5. Кластеры 25–36: творчество и информационное пространство.....	318
5.2. Приемы эвокативных воздействий в медиадискурсе	319
Выводы по главе 5.....	329

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	331
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ.....	342
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	343
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	377

ВВЕДЕНИЕ

Теория языка начала XXI века проявляет повышенный интерес к исследованиям интерактивного медиадискурса в рамках дискурсивной и когнитивной лингвистики, психолингвистики, коммуникативистики, семиотики, прикладной лингвистики, медиапсихологии и медиалогии. При этом возникает целый ряд научных задач, не решенных языковедами и другими представителями гуманитарного и естественнонаучного направлений. Современные изыскания в области интерактивной медийной коммуникации направлены на поиск оригинальных способов исследования, разработки инструментария лингвистического изучения виртуального медиадискурса. Среди всего многообразия научных отраслей наиболее продуктивными для настоящего исследования являются труды по философии сознания, теории познания, когнитивной лингвистике, антропологии, социологии, теории искусственного интеллекта, виртуалистике, теории коммуникации и медиалогии.

Актуальность диссертационного исследования обусловлена комплексным изучением феномена эвокации в Интернет-медиадискурсе в русле дискурсивной лингвистики на пересечении когнитивной, коммуникативной и медийной парадигм.

Теоретическое осмысление коррелирования реального, языкового и виртуального пространства при репрезентации медиадискурса в Интернете осуществляется на материале новостей и статей международной аналитики на английском, немецком и других языках. В исследовании представлена когнитивная структуризация Интернет-медиапространства в соответствии с социальными категориями и концептами медийного дискурса, поэтому основные положения диссертации разработаны в русле следующих значимых для лингвистической мысли направлений: 1) когнитивной лингвистики — авангардного направления современных лингвистических исследований; 2) анализа дискурса — интенсивно развивающегося уровневого раздела

лингвистики; 3) нового направления когнитивно-матричного анализа; 4) виртуалистики – направления по психологическим исследованиям виртуальности; 5) новейших исследований по коммуникативистике, теории коммуникации, медиапсихологи и медиалогии.

Цель диссертационной работы состоит в матричном структурировании репрезентации медиадискурса в Интернет-пространстве и в изучении эвокативного воздействия медиатекстов. Это подразумевает выявление путем когнитивно-матричного анализа соответствующих лингвистических, культурных и социальных категорий репрезентации, описание и типологию информационных концептов, используемых для практической реализации эвокации, а также исследование эвокативного воздействия медиатекстов через установление их функций в Интернет-медиадискурсе.

Поставленная цель требует реализации целого ряда **задач**:

1. Обобщить достижения в области дискурсивной, коммуникативной, когнитивной лингвистики, проанализировать разнообразные подходы к исследованию медиадискурса.

2. Проанализировать особенности репрезентации реальности в Интернет-медиадискурсе.

3. Проанализировать экспериментальный массив, включающий языковой материал в виде новостных и аналитических медиатекстов на различных языках на предмет эффективности применения матричного анализа.

4. Установить характерные черты информационных концептов и представить их типологию.

5. Определить тематическую составляющую информационных концептов и соотнести с концептуальной областью.

6. Выделить когнитивные механизмы ориентации и соответствующие компоненты матрицы коллективного сознания.

7. Смоделировать когнитивную матрицу коллективного сознания, репрезентирующую реальность в Интернет-медиадискурсе.

8. Разработать инструмент определения текущего эвокативного состояния отдельного медиаресурса на основе когерентного контент-среза.

9. Провести когерентный контент-анализ стабилизирующей и деструктивной модели СМИ.

10. Установить функции медиатекстов и описать некоторые приемы эвокативных воздействий в Интернет-медиадискурсе, реализуемых в новостных и аналитических текстах.

Объектом настоящего исследования является Интернет-медиадискурс, **предметом** – аспекты эвокации: репрезентация действительности в Интернет-медиадискурсе и воздействие медиатекстов на реципиентов.

Методология работы сформирована на основе классических и новейших трудов по теории языка и смежным исследованиям (М.М. Бахтин, Э. Бенвенист, К. Бюлер, В.В. Виноградов, В. фон Гумбольдт, Д.С. Лихачев, Ю.М. Лотман, Ч. Пирс, С.А. Питина, В. Скаличка, Ф. де Соссюр, Л.А. Шкатова, У. Эко, Р.О. Якобсон), дискурсивной лингвистике и дискурсивному анализу (И.В. Арнольд, Р. Барт, И.Р. Гальперин, А. Кибрик, В.В. Красных, Ю. Кристева, М.Л. Макаров, Т.М. Николаев) коммуникативной лингвистике (М.М. Бахтин, Т.Г. Винокур, В.Н. Волошинова, Т.А. Воронцова, И.Н. Горелов, В.В. Дементьев, Г.В. Колшанский, О.А. Леонтович, А.М. Пешковский, А.А. Потебня, А.А. Чувакин, А.А. Шахматов, Л.В. Щерба, Л.П. Якубинский), когнитивной лингвистике (Н.Н. Болдырев, А. Вежбицкая, Д. Герартс, Е.И. Голованова, Т. А. ван Дейк, В.З. Демьянков, Ф. Джонс-Лэрд, Е.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Дж. Миллер, Л. Талми, Ж. Фоконье, Н. Хомский, З. Харрис, Ч. Филлмор, У. Чейф, Р. Шенк), психолингвистике (Л.С. Выготский, Э. Кастронова, А.А. Леонтьев, Н.А. Носов, В.А. Пищальникова, Л.В. Сахарный, Р.М. Фрумкина, С. Хоружий, Е.В. Шелестюк) и др.¹

В основу работы положены следующие концепции и теории:

– учение об эвокации А.А. Чувакина;

¹ Научные труды приведены в алфавитном порядке, поскольку не всегда удаётся отразить хронологию развития научных идей применительно к настоящему исследованию.

- положения Тамбовской школы когнитивной лингвистики и Н.Н. Болдырева;
- теория единства культурно-языкового пространства Ю.М. Лотмана;
- концепция знаковой природы языка и ее функционирования Ф. де Соссюра, Ч. Пирса, Ч. Морриса;
- коммуникативная теория Сепира – Уорфа;
- концепция кодифицирующих комбинаций в содержании знака У. Эко;
- психологические и психолингвистические концепции Л.С. Выготского, А.А. Леонтьева, теория виртуальности Н.А. Носова;
- учение Н. Хомского о структуре языка, о поверхностных и глубинных образованиях;
- когнитивно-грамматическая концепция Дж. Лакоффа и его учение о когнитивном моделировании;
- теория речевых актов;
- теории ментальных и интегрированных пространств Ж. Фоконье и М. Тернера;
- когнитивная концепция Ч. Филлмора и М. Минского.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые эвокативный подход был разработан относительно Интернет-медиадискурса и применен в его изучении с учетом когнитивного, лингвокультурного, психологического и коммуникативного параметров описания языковых явлений, в интеграции достижений перечисленных гуманитарных областей теоретического знания и прикладных медийных исследований.

Новой является разработка эвокативных аспектов репрезентации и когнитивно-матричного анализа Интернет-медиадискурса, когерентного контент-среза эвокативного состояния СМИ, а также кластерного анализа по определению эвокативных функций медиатекстов.

Центральное место в исследовании занимает понятие «эвокация», которое впервые экстраполируется на новую область исследований – виртуальную

реальность, и кладется в основу изучения эвокативной репрезентации и воздействия в Интернет-медиадискурсе.

Степень разработанности проблемы изучения эвокации показал анализ новейших лингвистических работ по данной проблематике: эвокация изучается с позиций языко-ситуативной коммуникации в художественном тексте² в качестве объекта, средства, процесса и продукта воспроизведения в свете системного подхода. В то же время наследие фундаментальных лингвистических исследований XIX века позволяет каждое новое явление в языковой реальности рассматривать с учетом категорий пространства, времени, места, языковедческие труды XX века – с позиций лингвокультурных и лингвосоциальных, а когнитивные и коммуникативные исследования XXI века – в свете концептуальных и медийных категорий.

В основе работы лежит научная традиция Пражской лингвистической школы, стремящейся рассматривать отдельный коммуникативный акт в качестве обмена сообщениями между адресантом и адресатом, а также разработки российских ученых Челябинского и Алтайского государственных университетов. Новым является также исследование эвокативной репрезентации Интернет-медиадискурса в лингвокультурных категориях и соответствующих типов концептов посредством когнитивно-матричного анализа. Эвокативное воздействие медиадискурса в Интернет-пространстве впервые изучается в связи с реализацией концептов в медиатекстах, до настоящей работы информационные концепты не подвергались системному исследованию, описанию и типизации.

Потенциал исследования репрезентативного и концептуального аспекта медиадискурса, а также вопросы эвокативного воздействия в интерактивной медийной коммуникации могут быть раскрыты в дальнейшем развитии научных положений настоящей работы и при применении предложенных аналитических разработок во всем корпусе медиатекстов на различных языках.

В работе впервые разрабатывается концепция репрезентации медиадискурса в Интернете. Сообразуясь с идеями и достижениями современной лингвистики,

² Термин А.А. Чувакина.

считаем возможным и целесообразным подойти к изучению эвокации в качестве структурной лингвистической категории. Базовым понятием в исследовании становится эвокация. Языковые проявления эвокативной репрезентации реальности в Интернет-медиадискурсе заключаются в вербализации различных типов информационных концептов в медиатекстах.

Структурированный концептуальный фон употребления того или иного слова свидетельствует об активации большого количества сложных когнитивных структур и при простой актуализации отдельного концепта в сознании человека. Поэтому при описании процессов, происходящих в сознании человека при установлении взаимосвязей между лингвокультурными и формальными концептами в Интернет-медиадискурсе, была использована именно когнитивная матрица.

Выявление лингвокультурных категорий когнитивной матрицы коллективного сознания позволило объективно представить основные структурные компоненты в соответствии с новостными концептами и концептами международной аналитики. Концептуальное содержание определяет образ СМИ в Интернет-пространстве и соотношение типов концептов в когнитивной матрице. Когнитивная матрица новостных и аналитических концептов во взаимосвязи с различными типами концептуального знания дает объективное представление о репрезентации значимых когнитивных структур медиадискурса в Интернет-пространстве.

Наиболее существенные результаты работы сформулированы в следующих **положениях, выносимых на защиту:**

1. Виртуальное информационное пространство является вторичным по отношению к реальности и вербализует информационные концепты, которые формально выстроены так, чтобы иметь возможность образовывать когерентные концептуальные области, komponуя репрезентируемую информацию в удобном для быстрого восприятия виде.

2. Медиадискурс представляет собой корпус медиатекстов. Реальность, из которой черпают информацию о событиях крупные новостные агентства,

репрезентируется в виртуальности структурой концептуальных областей. Они формируют связанные гипертекстами последовательности медийных ресурсов, СМИ, блогов, социальных сетей: все медиатексты, продуцируемые ресурсами в виртуальном медийном пространстве, выстраиваются в цепочки информационных потоков.

3. Эвокация – это категория дискурса, обозначающая коммуникативный процесс, оперирующий информационными концептами при преобразовании объекта в продукт эвокации. Будучи категорией медиатекста, эвокация описывает отношение к действительности и предполагает наличие у него эвокативности. Эвокативность в качестве репрезентирующего свойства характеризует уровень завершенности, устойчивости к внешним воздействиям при взаимодействии с другими структурами знаний.

4. Информационный концепт является единицей передачи вербальной и невербальной информации в медиадискурсе, пространство которого представлено совокупностью концептуальных областей, сконцентрированных и структурированных сообразно схожим тематическим признакам, а также согласно формальным когерентным схемам.

5. В процессе когерентизации в информационном концепте выделяется темарематическое ядро, в котором определяется тематическая соотнесенность (тема) информационного концепта, а также рематические временные и пространственные характеристики. Помимо этого, компоненты информационного концепта обеспечивают взаимодействие языкового и неязыкового знания.

6. Тематические элементы ядра соотносятся с лингвокультурными категориями и концептуальными областями «информация», «участники события», «время», «место», «интенция», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация».

7. Лингвокультурные компоненты матрицы коллективного сознания включают следующие концептуальные области: «территория», «время или исторический момент», «этнос», «политическая и экономическая ситуация», «творчество», «информационное пространство».

8. Выделенные компоненты матрицы коллективного сознания формируют социокультурно значимые семантические поля, порождающие тематически однозначно идентифицируемый контекст, в которых вербализуются концепты из различных сфер общественной жизни для воздействия информации на реципиентов. На языковом уровне эти явления находят выражение в медиатекстах, воплощающих все перечисленные смыслы при помощи языковых средств.

В процессе работы используются различные общенаучные и лингвистические **методы** исследования. Дискурсивный подход к исследованию обуславливает выбор когнитивного матричного анализа в качестве метода изучения медиадискурса, поскольку охват некоторого числа медиатекстов, выстраивающих отдельный поток информации, возможен в матричном формате. В исследовании также используются контекстный, семантический анализ, когнитивно-матричный анализ, дискурс-анализ, когерентный контент-срез, контрастивно-описательный метод.

Источником используемого материала послужили медиатексты на различных языках, более 800 сайтов СМИ, аналитических агентств и фондов, специализированных форумов, блогов. Исследуемый материал перечислен в приложении, изучен полностью при помощи веб-инструментария (онлайн-переводчиков, поисковых систем): каждый сайт был проанализирован по структуре и контенту, определен тип СМИ, выделены наиболее часто встречающиеся рубрики. Названия сайтов вместе с сегментом Интернета, языковой принадлежностью, названиями рубрик скомпонованы по лингвокультурным категориям и концептуальным областям. Формальные концепты выделены на основе результатов практического наблюдения за тэгами и актуальной повесткой дня по международной аналитике, которая, учитывая специфику подборки сайтов, естественным образом находила свое отражение в их контенте. Степень достоверности проведённых исследований определяется достаточным и репрезентативным объёмом выборок, а также использованием современных и дополнительно разработанных нами методов. В работе отражены

наиболее значимые и самые показательные примеры для наглядной иллюстрации теоретических положений и практического применения разработанного нами аналитического инструментария.

Необходимо отметить, что весь набор сайтов был получен и обработан при непосредственном участии в нескольких волонтерских Интернет-проектах.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке и применении эвокативных исследований в отношении медиадискурса в Интернет-пространстве, репрезентативного моделирования, а также специфики и приемов эвокативного воздействия на реципиента. Данное исследование вносит вклад в разработку эвокации на материале медиадискурса, совершенствование моделирования языковых явлений, понимания виртуального медийного пространства как лингводискурсивного семиозиса. Теоретические положения диссертации могут найти применение в дальнейших эвокативных исследованиях, изучении дискурсивной, когнитивной, коммуникативной лингвистики, развитии и совершенствовании когнитивно-матричного анализа, контент-среза; способствовать глубокому освещению вопросов соотношения языка и мышления, языка и культуры, коммуникативистики, медийных исследований и когнитологии.

Практическая ценность работы: результаты проведенного исследования могут использоваться в теоретических курсах общего языкознания, введения в языкознание, когнитивной лингвистики, в курсах по психолингвистике, коммуникативистике, теории и практике межкультурной коммуникации, при написании учебно-методических пособий; при составлении курсов и пособий по прикладной лингвистике, при составлении курсов по международной проблематике и журналистике.

Апробация работы. Основное содержание работы получило освещение в 43 публикациях, коллективной монографии «Дискурс: функционально-прагматический и когнитивный аспекты» (отв. ред. Е.Н. Азначеева, Челябинск, 2008), монографии «Эвокационная категория когерентности на примере юридического дискурса» (Челябинск, 2014), коллективной монографии

«Лингвокультура университета» (Челябинск, 2016). Результаты исследования апробированы в 15 научных журналах, рецензируемых ВАК.

Основные положения диссертации отражены в научных докладах на международных (Челябинск, 2003; Челябинск, 2005; Ижевск, 2006; Челябинск, 2009; Челябинск, 2010; Екатеринбург, 2011; Челябинск, 2013; Canada – Westwood, 2013; Germany – Munich, 2013; Тамбов, 2014; Тамбов, 2015), всероссийских (Челябинск, 2004; Москва, 2014; Челябинск, 2015) конференциях по когнитологии, переводу, межкультурной коммуникации, германистике, теории массовых коммуникаций и журналистике. Теоретические положения и материалы диссертации обсуждались на заседаниях кафедр теории языка (теоретического и прикладного языкознания), немецкого языка Челябинского государственного университета, в докладе на конференции по германистике Центра немецкого языка Московского государственного лингвистического университета.

Структура диссертации: работа представлена на 397 с., состоит из введения, пяти глав, заключения, списка сокращений, списка литературы, словарей и перечня сайтов или Интернет-источников текстов, составлявших материал для практического анализа.

В главе 1 «Лингвистические, философские и психологические основы эвокации» рассматриваются непосредственно понятие эвокация, его компоненты и категории, эвокативные аспекты процесса познания в виртуальной и реальной действительности, а также особенности мышления человека, находящегося в Интернет-пространстве, соотношение виртуальной и ментальной реальности, освоение виртуальной реальности и условия ее постижения, интерактивность, познавательные процессы концептуализации, категоризации и когерентизации.

В главе 2 «Эвокативная репрезентация медиадискурса в Интернете» выделяется информационный концепт, рассматриваются его признаки, структура и типология; концептуальная сфера Интернет-медиадискурса репрезентирована в компонентах когнитивной матрицы. Матрица коллективного сознания (далее – МКС) разложена на компоненты коллективного сознания и типы информационных концептов. Содержательные компоненты МКС соответствуют

следующим параметрам: «территория», «время» или «исторический момент», «этнос», «политическая и экономическая ситуация», «творчество» и «информационное пространство», формальные компоненты – типам информационных концептов.

В главе 3 «Эвокативное воздействие в медиадискурсе» рассматриваются теоретические основы эвокативного воздействия в медиадискурсе, рассматривается коммуникативная ситуация в эвокативном аспекте, контекст во взаимосвязи с компонентами матрицы коллективного сознания, разработан и применен когерентный контент-срез Интернет-СМИ, представлены его результаты в отношении стабилизирующей и деструктивной модели виртуального СМИ.

В главе 4 «Эвокативное моделирование в Интернет-медиадискурсе» рассматриваются коммуникативные процессы и эвокативное моделирование: эвокативный синтез представлен в виде языковых и жанровых компонентов коммуникативно-ситуативного орнамента, эвокативный деструктив реализуется через антиномичный метод моделирования медиадискурсивного пространства (информационные войны), а также через моделирование информационных потоков.

В главе 5 «Эвокативные функции в Интернет-медиадискурсе» отражены результаты кластерного анализа эвокативных воздействий согласно компонентам МКС, а именно: кластеры МКС, репрезентирующие культурно-историческую общность, территорию, время, политическую и экономическую ситуацию, а также рассмотрены перспективы исследования компонентов творчества и информационного пространства как условия формирования смыслов. Далее рассмотрены отдельные приемы эвокативных воздействий, наиболее характерные для современного состояния Интернет-медиадискурса.

ГЛАВА 1. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ, ФИЛОСОФСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭВОКАЦИИ

Настоящая глава посвящена рассмотрению эвокации, эвокативных аспектов процесса познания в виртуальной и реальной действительности, особенностей мышления человека, находящегося в Интернет-пространстве, соотношения виртуальной и ментальной реальности, освоения виртуальной реальности, интерактивности, познавательные процессов концептуализации, категоризации и когерентизации.

1.1. Эвокация: история вопроса и современное состояние

Термин возник на основе латинского *evocare*, обозначающего «звать, вызывать» по отношению к духам в ритуальных действиях, и людям, вызываемым в суд или призываемым на службу. В ритуальных действиях эвокация предназначалась для вызывания богов или духов-хранителей вражеского войска во время битвы: жрецы исполняли определенный ритуал и пытались с его помощью расположить их к собственному войску или заставить служить римским военачальникам. В мирной жизни эвокация обозначала вызов истца в суд или призыв на воинскую службу во второй раз – резервистов в современном понимании. В зарубежной науке термин встречается в исследованиях различных научных отраслей: от биологии и религиоведения до лингвистических изысканий, то есть в основном принадлежит сфере гуманитарных и частично естественнонаучных исследований. Развитие термина эвокации в исследованиях ученых Оксфордского и Кембриджского университетов осуществляется в работах

по музыкальной, культурной, юридической, биологической, ботанической, литературоведческой, лингвистической и прочим научным тематикам³.

Энциклопедические и словарные дефиниции термина насчитывают 59 определений (evocation – на английском и французском языках, Evokation – на немецком языке). Суммарное понимание термина в англоязычных словарях и энциклопедических электронных изданиях можно свести к следующему: «The noun EVOCATION has 3 senses: 1. imaginative re-creation; 2. calling up supposed supernatural forces by spells and incantations; 3. stimulation that calls up (draws forth) a particular class of behaviors» (Существительное ЭВОКАЦИЯ имеет 3 значения: 1. воссоздание образа; 2. вызывание предполагаемых сверхъестественных сил заклинаниями и заговорами 3. психол. стимуляция, способствующая формированию (закреплению) определенного образца поведения)⁴. OED предлагает следующее понимание эвокации: evocation – derivative, early 17th century from evoke 1. bring or recall (a feeling, memory, or image) to the conscious mind, 2. elicit (a response), from Latin evocare; from e- (variant of ex-) 'out of, from' + vocare 'to call' (эвокация – производное слово, до 17 века от «evoke» 1. доводить до рассудка или вызывать в памяти (чувство, воспоминание или образ) 2. выявлять, делать вывод (получать отклик), от латинского «evocare», от «е-» (вариант «ex-») обозначающее «из», от «+vocare», обозначающее «вызывать»)⁵.

³ Angel A. Inquiring into an Inclusio – On Judgement and Love in Matthew // The Journal of theological studies. 2009. № 60. P. 527–530 ; Brayton D. Sounding the Deep: Shakespeare and the Sea Revisited // Forum for modern language studies. 2010. № 46. P. 189–206 ; Fell A. S. Life after Léa: War and Trauma in Colette's La Fin de Chéri // French Studies. 2005. № 59. P. 495–507 ; Jacqumard A., Kettmann R., Pryke J. A., Thiry M. and Sachs R. M. Ribosomal RNA Genes and Floral Evocation in Sinapis // Annals of botany. 1981. № 47. P. 415–417 ; Parker D. Sovereignty, absolutism and the function of the law in seventeenth-century France // Past & Present. 1989. № 122. P. 36–74 ; Rawson G. R. Courtly contexts for Moravian Hanák music in the 17th and 18th centuries // Early Music. 2012. № 40. P. 577–591 ; Poole S. E. 'Souvenirs, souvenirs': The Role of Memory in the Work of Annie Saumont // Forum for modern language studies. 2012. № 48. P. 46–58 ; Warnier J.-P. Material Memories: Design and Evocation // Journal of design history. 2000. № 13. P. 263–264 и др.

⁴ Évocation, Dictionnaire de l'Académie Française, 8ème édition (1935). URL: http://fr.academic.ru/dic.nsf/daf_1935/11910 ; Evoke. Definition of evoke in Oxford dictionary. URL: http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/evoke?q=evocation#evoke_12.

⁵ What does evocation mean? Definition, meaning and pronunciation. URL: <http://www.audioenglish.org/dictionary/evocation.html>.

В отечественной лингвистике термин «эвокация» был впервые использован А.А. Чувакиным и его коллегами по лингвистической школе в 1995 году. Процесс эвокации был описан и разработан на материале художественной речи, был связан авторами с коммуникацией и обозначал один из уровней коммуникативной деятельности *homo loquens* (человек говорящий и слушающий)⁶.

Эвокативная коммуникативная деятельность связана с выражением отношения текста к действительности с точки зрения языковой репрезентации текста и дискурса в ситуативной коммуникации. Ряд авторов отмечает преобразовательный характер эвокативного коммуникативного процесса, выполняющего задачу конструирования реальности в тексте и дискурсе, в результате которого появляется текстовая и дискурсивная действительность⁷. Коммуникативная эвокативная деятельность включает несколько предметных и процессуальных компонентов – объект, средства и продукт эвокации и сам процесс эвокации. Объектом эвокации, по Т.Г. Винокур, является вся реальность в совокупности коммуникативных, текстовых, семиотических, мыслительных и познавательных составных частей, которая при помощи средств эвокации превращается в продукт эвокации – текст или дискурс, обладающий собственной реальностью⁸.

В современной лингвистике есть направление, обладающее подходящим инструментарием для исследования познавательных и коммуникативных процессов – это когнитивная лингвистика. Когнитология изучает язык в качестве части сознания, предназначенной для накопления, хранения и передачи знаний в единстве всех мыслительных процессов. Понятие концепта и концептуальной картины мира, разработанное в когнитологии, позволило рассмотреть основные

⁶ Чувакин А.А. Смешанная коммуникация в художественном тексте: основы эвокационного исследования. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 1995. С. 10–12.

⁷ Василенко Т.Н., Ожмегова Ю.В., Савочкина Е.А., Сим О.А., Чувакин А.А. Новые возможности лингвоэвокационных исследований // Сибирский филологический журнал. 2007. № 3. С. 83–85.

⁸ Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения. М.: Либроком, 2009. 153 с.

базовые компоненты, в которых в процессе эвокации формируется медиатекстовая и медиадискурсивная реальность.

В многообразии познавательных и коммуникативных процессов когерентизация и эвокация взаимосвязаны на основе свойства целостности наблюдаемого в процессе познания объекта, позволяющего при когерентизации преобразовывать единицы знания в единые ментальные конструкции, структурировать и верифицировать общую концептуальную картину мира в процессе ее целостного формирования. Следует учесть, что процессы когерентизации и эвокации неразрывно связаны в общем ходе познания окружающей действительности с той разницей, что когерентизация представляет собой познавательный аспект процесса, а эвокация – коммуникативный. Когерентность воспринимаемого объекта в ходе эвокации преобразуется в целостность его ментального образа, позволяющую структурировать множество концептов в единую картину мира, которая воплощается в текстовой или дискурсивной реальности, через которую ее может осознать коммуникант и воспринять реципиент.

Когерентность – свойство единиц знания, использование которого наглядно проявляется в эвокации, поскольку обладающие данным свойством единицы знания могут взаимодействовать друг с другом без ущерба для их существования. Схожие свойства и характеристики единиц знания служат основой или средствами эвокации, в ходе которой создаются связи и соединения отдельных единиц знания в общую концептуальную систему. Наличие когерентности у воспринимаемых объектов и соответствующих им единиц знания свидетельствует о существовании процесса когерентизации, отвечающего за формирование единого образа воспринимаемого объекта.

Эвокация – это категория дискурса, обозначающая коммуникативный процесс, оперирующий информационными концептами при преобразовании объекта в продукт эвокации. Будучи также категорией медиатекста, эвокация описывает отношение к действительности и предполагает наличие у них эвокативности. Эвокативность в качестве репрезентирующего свойства

характеризует уровень завершенности, устойчивости к внешним воздействиям, степень внутренней динамики и мобильности концептуальной картины мира. Эвокативность – это также способность сохранять единство и внутреннюю структуру связей между информационными концептами в продукте эвокации при его взаимодействии с другими структурами знаний. То есть элементы одной концептуальной картины мира взаимодействуют с элементами другой картины мира, сообщают им свои значимые характеристики и благодаря возникновению общих черт становятся элементами или связями другой системы, не противоречащими верифицирующим компонентам исходной системы. Таким образом, процесс познания и коммуникации, в ходе которого формируются единицы знания, передаются и структурируются другими концептуальными картинами, называется эвокацией.

Рассматривая процесс эвокации в связи с процессами познания и коммуникации, необходимо определить соотношение названных процессов. Динамически изменяющаяся дискурсивная система задействует одновременно множество различных процессов, что наглядно демонстрирует медиадискурс, на материале которого мы рассматриваем эвокацию в различных проявлениях: в качестве познавательного процесса в когерентных глобальных структурах и коммуникативного процесса через гипертекстовые связи. Понимание коммуникации в лингвистике базируется на коммуникативной теории Сепира–Уорфа о языковой и культурной детерминации процессов познания и социализации индивида⁹. Важность языка и коммуникации для процесса познания действительности, систематизации знаний, структурирования общества и социализации индивида в нем, доказанная положениями данной теории, перекликается с представлениями когнитологов о языке как единственном надежном способе доступа к сознанию человека.

Возможность накопления человеческих знаний о мире на технических устройствах позволила виртуально моделировать представления людей о мире, появилась виртуальная реальность на основе корпуса медиатекстов, образующих

⁹ Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 2002. С. 185–188.

медиадискурс в Интернете. Виртуальное пространство изначально обладает набором технического метаинструментария, позволяющего пользователю не просто фиксировать, но и вручную моделировать медиатекст аудиально и визуально, вербализовать смыслы, вести быстрый и точный метрический подсчет по различным параметрам. Отличительным признаком виртуальной реальности с точки зрения метаинструментария является возможность визуализации смыслов не только буквами, текстами, но всеми доступными визуальными символами: схематичными знаками, рисунками, фотографиями, видеосюжетами, фильмами, интерактивной коммуникацией. Страничный, сайтовый формат организации интерфейса предполагает завершение, целостность образа, сочетание различных медиатекстов и медиадискурсов как по содержанию, так и по оформлению.

Часто критерием объединения становятся чисто визуальные маркеры оформления сайта или гиперссылок, а тематика и содержание медиатекстов существенно разнятся. Переход по сайтам и гиперссылкам, так называемый серфинг, невозможен без познавательного процесса когерентизации, поскольку формирование целостного образа сайта позволяет ориентироваться в виртуальном пространстве и закреплять за каждой посещенной страницей когерентную информационную модель, пусть и неполную, но фиксирующую основное содержание сайта. Создание такой модели даже мысленно невозможно без познавательного процесса когерентизации, предполагающего формирование целостного образа явлений или предметов. В сочетании с процессами концептуализации и категоризации указанный процесс отвечает за синтез полученных и систематизированных знаний человека о явлениях и предметах окружающей действительности, а также за встраиваемость полученных в результате единиц знания в концептуальную картину мира коммуниканта и реципиента.

Понимание картины мира в рамках когнитивной лингвистики позволяет объяснить наличие ее различных типов: философской, научной, этнической и так далее. Создание концепта, систематизация создает целую картину мира, состоящую из когнитивных ментальных моделей. Потенциальная вариативность

внутренних элементов картины мира, ее структурная гибкость и когерентность, предполагает наличие прочной концептуальной базы фоновых знаний, позволяющей формировать мобильную, способную к динамическому развитию систему мировоззрения.

Формирование мировоззрения в виртуальном пространстве тесно связано с коммуникативными процессами, оперативными единицами которых становятся концепты, возникшие в виртуальном информационном пространстве, или имеющие виртуальные составляющие смысла, но не всегда имеющие сигнификаты. Последнее свойство виртуальной коммуникации способствует появлению в виртуальном пространстве своего варианта объективно существующей реальности, позволяющая индивидам, так или иначе находящимся в ней, создавать общества, налаживать коммуникацию, вырабатывать поведенческие паттерны и устанавливать сценарии коммуникативного взаимодействия. В виртуальности возникает свой, особый психический тип общества, имеющий свой путь развития и способ существования, который, согласно представлениям Э. Дюркгейма, является коллективным сознанием¹⁰. Способ ориентации, а значит существования в рамках этого пространства, зависит от представленных в нем когнитивных концептуальных тематических кластеров и информационных ментальных моделей.

Процесс коммуникации в описанных условиях приобретает свои специфические черты. В коммуникологии данный процесс рассматривается как процесс общения, в коммуникативистике – в качестве процесса передачи информации от автора к реципиенту, типизируется в зависимости от характеристик коммуникантов. Коммуникативно-прагматический подход представляет коммуникацию в виде целенаправленной деятельности, средством которой является язык, а знаковой формой организации – текст. Специфичность виртуального пространства способствует возникновению зависимости процесса коммуникации от происходящих из их виртуальной картины мира единиц знания, которыми коммуниканты оперируют в интерактивном общении. Ориентация во

¹⁰ Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М. : Канон, 1995. 352 с.

взаимосвязанном массиве медиатекстов и коммуникация в виртуальном пространстве также осуществляется относительно концептуальной картины мира коммуникантов.

Теория речевых актов предлагает три типа коммуникации, которые также воплощаются в виртуальном пространстве: локутивный, иллокутивный и перлокутивный речевые акты. Виртуальная коммуникативная среда сообщает свои особенности интерактивным коммуникативным действиям. Локутивный коммуникативный акт воспроизводит речь в виртуальном пространстве в печатной, цифрокодированной или аудиовизуально фиксированной форме передачи и хранения информации. Но в подобных форматах может отсутствовать один из структурных языковых слоев: фонетический уровень в печатном медиатексте, грамматический в спонтанном, семантический – при недостатке фоновых знаний. В иллокутивном речевом акте меняется коммуникативная цель высказывания в зависимости от гипертекстового или аллюзивного перемещения по комплексу медиатекстов, относительно виртуально представленной и организованной информации. Перлокутивный речевой акт получает особое значение в виртуальном информационном пространстве из-за плотности представленной информации и наличия большого количества коммуникантов, которые могут получать информацию одновременно. Вполне осознанной может быть интенция коммуниканта для коммерческого или иного воздействия на реципиентов с целью получения ожидаемой реакции¹¹.

В ходе коммуникативных процессов в виртуальном пространстве продуцируется большое количество медиатекстов, которые хранятся продолжительное время, могут быть доступны большому количеству реципиентов одновременно, изменяться коммуникантами в любой момент, передаваться реципиентам даже в том случае, если реципиент не принимал участия в создании или обсуждении медиапродукта. Данная особенность является следствием таких характерных черт, как быстрый массовый доступ к интересующей информации, мобильность и пластичность структуры создаваемых

¹¹ Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.

виртуальных дискурсов, которые являются благодатным материалом для лингвоэвокационного исследования.

Лингвоэвокационная теория, разработанная А.А. Чувакиным, предполагает, что текст существует и «живет» в информационном пространстве, а эвокация является одним из уровней коммуникативной деятельности, отвечающей за реализацию репрезентативной функции языка. В процессе эвокации коммуникативно передается преобразовательный характер продукта эвокации по отношению к действительности и другим текстам через насыщение медиатекстов эвокативными средствами, маркерами и сигналами. Последние могут служить средствами межтекстовых и междискурсивных связей, объединяя весь корпус тематическими, логическими, семантическими связями. В результате формируется не только корпус текстов, но и само виртуальное информационное пространство. Актуализация эвокационных связей между медиатекстами позволяет собрать в единое целое виртуальный коммуникативный процесс, создает предпосылки для воссоздания отраженных в речевых произведениях ментальных моделей и заимствовании концептов для заполнения пробелов в мировоззрении готовыми единицами знаний¹².

Согласно представлениям школы А.А. Чувакина, эвокация является категорией текста, описывающей отношение текста к реальной действительности и реализующей его коммуникативность при воспроизведении. Иные направления лингвистики не рассматривают эвокацию ни как категорию, ни как процесс, но используют в качестве характеризующего термина по отношению к интересующим их явлениям¹³. В.Г. Борботько в классификации создаваемых текстами моделей реальности упоминает об эвокативных моделях, вызывающих в

¹² Чувакин А.А. Интернет-коммуникация: миниатюра в пространстве вторичных текстов // Проблемы речевой коммуникации. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. Вып. 8. С. 385–396.

¹³ Чувакин А.А. Гнездо родственных текстов: интерпретационный уровень // Текст: варианты интерпретации. Бийск: НИЦ БиГПУ, 1999. Вып. 4. С. 6–7; Его же. Деривационные отношения как тип межтекстовых отношений (к предмету тексто-дериватологии) // Актуальные проблемы дериватологии, мотивологии, лексикографии. Томск: Изд-во Том. ун-та, 1998. С. 23–24; Его же. Заметки об объекте современной филологии // Человек – Коммуникация – Текст. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 1999. Вып. 3; Его же. Основы эвокационной теории художественной речи. Барнаул, 1996. 26 с.; Его же. К исследованию «жизни» текста // Русский язык: исторические судьбы и современность. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. С. 333–334.

памяти образы прошлого, противопоставляя им виртуальные модели, имеющие вероятностный, гипотетический характер развития событий¹⁴. Необходимо отметить, что эвокация как категория текста способствует не только вызыванию образов прошлого при восприятии, но и формирует текстовую реальность в процессе эвокации при эвокативном моделировании, обращаясь к образам, фоновым и смежным с ними единицам знаний в когнитивной базе коммуниканта и реципиента¹⁵.

Медиадискурс наиболее показателен в данном аспекте, поскольку при продуцировании любого медиатекста предполагает предварительное включение в формируемую текстом реальность элементов, потенциально присутствующих в картинах мира реципиентов. Более того, чем успешнее текст в плане «угадывания» ожиданий целевой аудитории, тем ближе он к выполнению основной функции распространения среди наибольшего количества реципиентов.

Эвокационное моделирование в медиадискурсе представляет собой конструирование информационной модели представлений коммуниканта об объектах и предметах реальной действительности через медиатекст. Информационная модель, воспроизводимая в текстовой реальности, носит парадигмальный характер и при удачном воплощении авторских интенций усваивается реципиентом во всей полноте. В процессе эвокации реальный объект действительности преобразуется при помощи эвокативных средств и воплощается в тексте – продукте эвокации. Объектом эвокации в медиадискурсе, учитывая основную цель быстрого, полного и всеобъемлющего распространения информации о происходящих событиях, становится не один концепт, но целый кластер концептов, совокупное содержание которых обладает свойством

¹⁴ Борботько В.Г. Идея и факт в речевом моделировании смысла // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. Сочи: РИО СГУ, 2011. Вып. 16. С. 35–43 ; Его же. Концепты и перцепты в модели языкового сознания // Жизнь языка в культуре и социуме. М.: Ин-т языкознания РАН, 2010. С. 125–126 ; Его же. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике. Изд. 4-е. М.: Либроком, 2011. 288 с ; Его же. Проблемы и методы общего языкознания. Изд. 2-е, испр. Сочи: СГУ, 2011. 75 с. ; Его же. Психосинергетика *quīroquo* в диалоге лингвокультур // Жизнь языка в культуре и социуме-2. М.: Ин-т языкознания РАН, 2011. С. 177–180.

¹⁵ Чувакин А.А. Смешанная коммуникация в художественном тексте: основы эвокационного исследования. 126 с.; Его же. Основы эвокационной теории художественной речи. 26 с.

когерентности относительно описываемого события и выполняет определенную содержательную функцию.

Названное свойство подразумевает концептуальную, фреймовую или сценарную завершенность содержания сообщения, предполагает наличие смысловых апеллятивов к компонентам матрицы коллективного сознания, использование их в качестве конститутивных элементов при реализации коммуникативных стратегий и интенций коммуникантов. Средствами воплощения эвокации может быть целый ряд стилистических, жанровых, лексических, интонационных, мелодических, образных, синтаксических, грамматических средств, а также ряд визуальных и графических эффектов, рассчитанных на упорядочение контента и привлечение реципиентов.

Объектом эвокации также может быть фрейм, содержащий основные признаки предмета или объекта реальной действительности, актуализация которых осуществляется субъектом коммуникативной деятельности в рамках медиадискурса. Коммуникант подбирает из своей картины мира единицы знаний и способы их содержательной и формальной репрезентации в тексте для преобразования объекта эвокации в продукт. Процесс эвокации подразумевает дополнение, замещение, совмещение основных и второстепенных признаков предмета или явления с целью апелляции к имеющимся в памяти реципиента концептам фоновых знаний, приобщения к вновь осознанным концептам новых признаков и формирование совершенно новых единиц знания, обладающих достаточным количеством средств когерентизации для встраивания в концептуальную картину мира реципиента.

Необходимо отметить, что процесс эвокации в медиадискурсе обладает собственной спецификой, которая заключается в стилистической и жанровой репрезентации субъекта коммуникативной деятельности в жанровых образах говорящего и слушающего. Тот самый *homo loquens*, воплощающий речевое единство в коммуникативном взаимодействии коммуниканта и реципиента. Объединяющим началом в упомянутом сочетании коммуникантов будет единообразие в потребности коммуникации и в выборе средств для ее

осуществления в рамках конкретного дискурса. При этом разделение концепта на коммуникантов предоставляет возможность осуществить формирование концепта или ряда концептов в доступном для потенциального получателя виде¹⁶.

Адресант сообщения преобразует объект при помощи языковых, стилистических и жанровых эвокационных средств, которые делают его доступным сознанию адресата и потенциально усваиваемым его картиной мира. Средства и маркеры стиля и жанра формально структурируют передаваемый объект в сообщении, облегчая его понимание и подготавливая содержание к включению концептов в картину мира реципиента. Изменяется ли в ходе коммуникации представление реципиентов относительно обсуждаемых вопросов или описываемых событий, зависит от формирования образа адресантов, коммуникативной стратегии и тактик, а также от выбора и правильного применения эвокативных средств.

Наблюдение за коммуникативными процессами непосредственно в медиадискурсе при первичном и вторичном использовании медиатекстов показывает следующее. Первичное использование подразумевает создание самого медиатекста с использованием эвокационных компонентов, вторичное – передачу сообщения реципиентом другим коммуникантам с добавлением собственных интерпретаций, частичным изменением сообщения согласно уровню понимания и подготовки или усечением его формальных или содержательных признаков. Придание сообщению эвокативных признаков или выстраивание его полностью согласно эвокативному процессу можно разделить в медиадискурсе на две большие группы: динамические и статические эвокативные модели коммуникации¹⁷.

Динамические модели предполагают интенсивное протекание коммуникативного процесса, порождение большого количества медиатекстов, ориентацию на быстрое проникновение концептов и их соединений в сознание

¹⁶ Чувакин А.А. Основы эвокационной теории художественной речи. 26 с.

¹⁷ Barsalow L.W. Grounding Knowledge in the Brain's Modal Systems // Book of abstracts. Copenhagen: University of Copenhagen, 2011. P. 6. ; Cameron D., McAlinden F., O'Leary K. Lakoff in context: the social and linguistic functions of tag questions // Women in their speech communities. London ; New York, 1988. P. 74–93.

реципиентов с последующей встраиваемостью в концептуальную картину мира. Формирование когерентных информационных моделей через фоновые и базовые знания реципиента о текстовой и реальной действительности осуществляется с целью однократного или длительного воздействия на поведение реципиентов¹⁸.

Статические эвокативные модели рассчитаны на постепенный, последовательный процесс проникновения концептов в картину мира реципиентов, многократное закрепление когерентных информационных моделей в сознании реципиентов и воздействие, имеющее целью создание когерентного поведенческого сценария или паттерна. Яркий пример статического эвокационного воздействия представляет реклама. Такие свойства, как статика, изначальная завершенность сообщения, многократность повторов и зависимость от их подсчета метрика, превалирование положительного коннотативного содержания и социально-ориентированной тематики, коммерчески обусловленное ограничение времени на реципиента, широкая представленность в медиадискурсе делают рекламные сообщения, тексты и сюжеты статичными проявлениями медийного эвокативного воздействия на реципиентов¹⁹.

Статичными являются также коммерческие и идеологические воздействия эвокативного характера, заключающиеся в продуцировании медиатекстов путем многократного употребления политически маркированной лексики, созданием когерентных информационных моделей, направленных на создание и закрепление образов в сознании и памяти реципиента. Примером эвокативных коммуникативных действий коммерческого характера является создание корпуса текстов сетевого маркетинга, привлечение покупателей через различные коммерческие сайты, скрытую рекламу в публицистических текстах с элементами

¹⁸ Хомский Н. Человеческий фактор в языке. М.: [б. и.], 1989. ; Его же. Человек – Текст – Культура. Екатеринбург: [б. и.], 1994; Чернявская В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: Либроком, 2009. 248 с.

¹⁹ Langacker R.W. 1987–Nouns and verbs // Lg. 1987. Vol. 63, № 1. P. 53–94 ; McDonnell D. Theories of discourse. Oxford, 1986. 118 p. ; Talmy L. Force Dynamics in Language and Cognition // Cognitive Science. 1988. Vol. 12. P. 49–100.

нейролингвистического программирования, рекламное привлечение к медийным коммерческим проектам и так далее.

Формирование статичных ментальных моделей в соответствии с основной характеристикой медиадискурса, заключающейся в публичности, происходит в коммерческом и политическом подтипах медийного дискурса. Коммерческий подтип использует быстроту и массовость распространения информации в коммерческих рекламных целях, изучением которых занимаются медиологи еще со времен создания Анненбергской школы в Пенсильванском университете (Дж. Гербнер)²⁰, а также отечественные исследователи медийного менеджмента и рекламы (Е.Л. Вартанова)²¹. Политический подтип реализует доступность информации в соответствии с политическими целями и наибольший пик активности по формированию эвокативных ментальных моделей получает в периоды политических кампаний. Собственно, медийный способ формирования эвокативных моделей может быть использован в обоих подтипах дискурса в зависимости от ситуативно обусловленных прагматических задач, но теоретическое понимание данного способа мышления и передачи информации ближе к формулировкам идеологического восприятия действительности.

Этапы формирования ментальной модели, представляющей совокупность необходимой фактической и коммуникативной информации с целью дальнейшей стереотипизации, в большей степени свойственны медийному дискурсу. В коллективном сознании создается и функционирует множество ментальных моделей, воплощающих различные интенции коммуникантов в виде коммуникативных стратегий. Главный принцип, реализуемый при этом, прост и действенен: целенаправленный и многократный повтор единиц информации – концептов, морфологических, лексических, синтаксических и текстовых единиц в различных формах для достижения большего психологического эффекта²².

²⁰ Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. 416 с.

²¹ Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. 335 с.

²² Меграбова Э.Г. Динамика образа Китая в дискурсе журнала Newsweek (2008–2012: лингвистический аспект) // Известия Восточ. ин-та. 2013. № 1. С. 110–116.

1. Первым этапом формирования коммуникативной стратегии является определение темы относительно лингвокультурного компонента коллективного сознания – территории или этноса, политики или экономики – важных тем для социума и подходящих для обсуждения в СМИ, поскольку массовая публичность диктует определенный ряд тем, которые могут быть интересны большой массе людей.

2. Формируется пресуппозиция восприятия реципиентов через создание и публикацию в широком спектре СМИ медиатекстов, посвященных данной тематике. Тексты призваны раскрыть все тематические аспекты, взаимосвязанные общим когерентным гипертекстовым представлением позиции определенной политической или социальной группы. Высока частота появления темы в ведущих СМИ с большим охватом аудитории и единообразие подачи путем перепечатки видоизмененных текстов заметок и статей об одном и том же событии в одинаковой интерпретации.

3. Третий этап – создание высокой плотности текстов одной тематико-лексической направленности в определенном сегменте информационного пространства, достаточной для влияния и изменения социальной установки относительно какой-либо проблемы в обществе или формирование отношения (так называемая подготовка общественного мнения).

4. Вербализация когнитивной информационной модели через ряд схожих по тематике медиатекстов с различными коммуникативными стратегиями – вербальное описание событий, мыслей, чувств. Воспроизводство информации в медиадискурсе происходит, согласно коммуникативным стратегиям, при передаче медиатекстов от реципиента реципиенту или от СМИ к СМИ.

5. В дальнейшем происходит закрепление наработанных коммуникативной стратегией выводов и убеждений, возникающих у аудитории после многократного восприятия тематически, интерпретационно и интенционально схожих медиатекстов.

Статические коммуникационные, лингвистические и медийные модели отличаются навязыванием реципиентам определенных ассоциаций и

искусственным созданием социально-психологической установки через многократную репрезентацию образов, медиатекстов, синтаксических и лексических единиц. В процессе усвоения информации реципиенты трансформируют авторский образ, заданный в медиатекстовой реальности, в ментальное представление об освещаемой теме. Процесс осознания происходит одновременно с усвоением репрезентативного образа, но полное осмысление достигается при оперировании полученным образом в последующей коммуникации с другими реципиентами и коммуникантами в виртуальном медийном пространстве. Эффективность включения образа в концептуальную картину мира зависит от коммуникации с реципиентами из той же информационной реальности, поскольку дополнительно подкрепляет сформированный образ новыми эмоционально-оценочными и экспрессивно-образными средствами, присутствующими в медиатекстах со схожей тематикой. Через использование художественных выразительных средств может быть достигнута эмоционально-оценочная сфера реципиента. Закрепление сформированного медиатекстами образа в результате коммуникативных стратегий происходит по ментальной схеме, отражающей мировоззренческие позиции коммуникантов-авторов.

В ходе наблюдения за виртуальным медиапространством нами были выделены следующие особенности реализации интенций:

- расположение коммуникативных стратегий в виртуальном информационном пространстве происходит через развитие тем в медиадискурсе;
- наличие целенаправленного смыслового моделирования сложных когнитивных информационных моделей. Целью при любом желаемом результате становится изменение привычного вектора мыслей реципиента в рамках какой-либо темы;
- необходимо отметить внутреннюю динамику коммуникативной модели, формирующейся при помощи коммуникативных стратегий, которая обуславливает возможность расширения, дополнения фреймовой структуры

новыми элементами и позволяет эффективно встраивать полученные концепты в картину мира реципиента;

- очевидно влияние интерактивной коммуникации на культурный опыт, обогащение эмоциональной сферы за счет дополнительной синонимии, использования разнообразных художественных средств выражения в медийных текстовых жанрах;

- влияние коммуникативных образов в медиадискурсе ограничено законами функционирования человеческой психики, что наиболее показательно на примерах медиатекстов из сферы международных отношений – быстрое изменение условий и ситуации на международной арене порождает слишком много образов, которые противоречат концептуальной картине мира реципиентов;

- разделение формируемых образов по степени разработанности в информационном пространстве: чем лучше и подробней представлен образ или концепт в пространстве, тем эффективней его репрезентативное воздействие на реципиентов.

Динамические информационные модели в медиадискурсе представляют собой вид эвокативного воздействия, который динамично меняется в ходе коммуникативного процесса в соответствии с меняющейся коммуникативной, социальной, политической, экономической ситуациями, интенциями коммуникантов, а также в соответствии с постоянно поступающей уточняющей информацией, касающейся объекта эвокации. Динамика коммуникативного процесса в содержательном плане чаще представлена сообщениями и медиатекстами, обладающими лексически достаточно плотной, насыщенной текстовой материей с проработанной и прочной структурой внутренних связей, гибким сочетанием формальных и содержательных элементов текста, позволяющих менять репрезентирующую текстом реальность, не нарушая общей когерентности медиатекста. Примером такого воздействия является эффект информационной волны, заключающийся в плотном, единовременном насыщении информационного пространства медиатекстами одной тематической направленности, выстроенными по специальным когерентным информационными

моделям, рассчитанными на запланированный медийный эффект, быстро и надолго формирующий у реципиентов образ того или иного объекта, предмета или явления действительности. Эффект информационной волны является методом распространения информации, активно используемым в современном медиадискурсе.

Метод заключается в поэтапном насыщении информационного пространства текстами одной тематики, но с различным коннотативным и рематическим смысловым сопровождением. Технический принцип осуществления медийных воздействий весьма прост: сначала обеспечивается доступность ряда СМИ, блоггеров для публикации подготовленных материалов в определенный период времени или с разбивкой в зависимости от времени, степени воздействия или от происходящих событий. Если воздействие запланировано заранее, то готовятся медиатексты, подготавливающие ожидания целевой аудитории, содержащие статистические данные, предполагающие размышления реципиентов о возможном развитии событий на освещаемую в текстах тематику²³. Медиатексты с разными промежутками времени появляются в СМИ, а также на пользовательских информационных площадках – авторские колонки, профессиональные и личные блоги: оппиниенмейкеры, социальные сети и соответствующие тематике форумы продолжают освещать события письменно; оттуда тематика переходит в устный дискурс и распространяется, например, в виде обсуждений и слухов. Чаще всего подобным образом распространялась информация коммерческого и политического характера. В настоящее время с развитием информационного пространства за счет распространения социальных сетей и блогов подобные медийные приемы довольно распространены и известны.

Один из вариантов распространения информационной волны был описан нами в статье «Эвокационное воздействие в публицистическом дискурсе на

²³ Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. Киев: Альтерпресс, 2008. 408 с. ; Его же. Стратегический анализ. Стратегический анализ для политики, бизнеса и военного дела. Киев: Дзвін, 2004. 335 с. ; Его же. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук ; Киев: Ваклер, 2006. 656 с.

примере информационной волны»²⁴. Изучая эффекты эвокации в виртуальном информационном пространстве, мы начинали свое исследование в публицистическом дискурсе, рассматривая эвокативную взаимосвязь между первичным публицистическим текстом и вторичными текстами, порожденными в виртуальной среде. В ходе исследования мы оставили без внимания метакомпоненты когерентного информационного пространства, позволяющие в кратчайший период времени распространять первичный текст в виде, устраивающем реципиента. Пользователь воспринимает текст, находясь в виртуальности и благодаря наличию интерфейса виртуальных инструментов для манипулирования контентом превращает публицистический текст в медиатекст. Виртуальная информационная среда превращает любой публицистический текст в медиатекст, поскольку после публикации он становится доступен широкому кругу аудитории, может быть преобразован, отредактирован и репрезентирован в сопровождении различных аудиальных и визуальных эффектов, будь то фотографии, видеоматериалы, перевод с иностранных или на иностранные языки, музыка, звуки и так далее.

Итак, публицистический текст является эвокативным продуктом, отражающим интенции автора, и попадает к реципиенту без коммуникативных составляющих, сообщаемых ему в медийном информационном пространстве. Публицистический текст, функционируя в информационном пространстве, получает целый ряд репрезентативных коммуникативных признаков, благодаря которым маркируется в соответствии с коммуникативными интенциями реципиентов, передающих путем дословного цитирования.

В настоящее время нас интересует именно динамичное распространение медийной информации в среде профессиональных СМИ, в редакционную деятельность которых сегодня в качестве обязательного атрибута входит взаимодействие с блогосферой, работа с аудиторией в социальных сетях на коммерческих и общественных площадках. Возможности виртуального

²⁴ Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2011. № 33. С. 72–75.

медиапространства создали благоприятные условия для быстрого массового распространения медиатекстов, причем виртуальный интерфейс и метрика позволяют наблюдать происходящие коммуникативные процессы, визуализируя передачу информации не только от СМИ, но и от реципиента к реципиенту. Информационная волна является одним из методов распространения информации в виртуальном информационном пространстве, подразумевающим быстрое распространение медиатекстов, снабженных эвокативными компонентами, позволяющими репрезентировать сообщение в коммуникативных процессах в различных сегментах Интернета вне зависимости от языковой специфики.

Основными эвокативными компонентами, позволяющими репрезентировать медиатекст в различных языковых средах, являются стилистические, жанровые особенности, а также лексические и визуальные маркеры, помогающие выстроить интертекстуальные и гипертекстовые связи с другими медиатекстами. Перечисленные компоненты наглядно представлены на примере эвокативного распространения первичного и вторичного медиатекстов интервью Д.О. Рогозина из журнала «Профиль» от 14 марта 2011 года с форумной площадки inosturman.com, не являющейся официальным СМИ. Благодаря размещению первичного медиатекста интервью на форуме в виде переводов на 9 иностранных языков – английский, немецкий, французский, испанский, греческий, польский, эсперанто, болгарский и сербский (публикации от 19–20 марта 2011 года) – в нескольких иностранных ресурсах появились соответствующие перепечатки первичного медиатекста интервью на форумах, посвященных обсуждению геополитических проблем: открыты новые темы, развернулись дискуссии. В ходе исследования были собраны вторичные медиатексты, репрезентирующие реакцию реципиентов (Таблица 1).

Таблица 1. Репрезентация реакции реципиентов через вторичные медиатексты

Название ресурса, страна	Вторичный медиатекст
Politicsforum, США	Перепечатка и последующее удаление модераторами – политическая премодерация
Politicclub, Франция	Перепечатка, комментарии: par maxi le Dim 20 Mar – 22:37 «Bienvenue à nos amis Russes et bravo pour votre Français» «Добро пожаловать, наши русские друзья, и ура французам»
Forum-Politique	Перепечатка
Форум «Spiegel»	<p>Перепечатка, комментарии: «leser77: Ich denke, dass NATO an keiner Kampagne teilnehmen wird. Der Krieg gegen Jugoslawien, der den UNO-Normen zuwiderlief, wird von vielen hier immer noch als ein Fehler wahrgenommen. Und ich lasse vollkommen zu, dass sich die USA theoretisch zusammen mit den angelsächsischen Freunden in den Konflikt in Libyen einmischen können. Ich bin entschlossen dagegen. Ich meine, man kann alle Militärpläne, jede Anwendung der rohen Gewalt, auch wenn sogar unter den edelsten Vorwänden, aber ohne UNO-Sanktion, als ein Verstoß gegen internationales Recht bewerten.</p> <p>Außerdem bezweifle, dass eine Einmischung in inneren Konflikt zum positiven Ergebnis bringen wird. Es ist einfach, hineinzuklettern – hervortreten ist aber unmöglich. Ein Einmischungsergebnis kann das werden, dass sich die kämpfenden Seiten gegen den allgemeinen Feind ganz schnell vereinigen» «leser77: Я думаю, что НАТО не принимало участия в (военной – прим. перев.) компании. Войну против Югославии, которая противоречит нормам ООН, многие из нас считают ошибкой. И я рискну предположить, что США со своими англосаксонскими друзьями вмешаются в конфликт в Ливии.</p> <p>Я решительно против этого. Я считаю все военные планы, каждое применение силы, даже под самыми благородными предложениями, но без санкции ООН, с нарушением международного права. Кроме того, я сомневаюсь, что любое вмешательство во внутренние конфликты приведет к положительным результатам. Легко вмешаться, выйти невозможно. Вмешательство может быть причиной того, что воюющие стороны быстро объединятся против общего врага»</p>
Politik-forum, Австрия	<p>Перепечатка и комментарии:</p> <p>«Gemeinsame Aktionen gegen gemeinsame Bedrohungen sind eine Sache. Die Einbindung in eine militärische, imperialistische Organisation, um sich von dort dominieren zu lassen, eine andere. Das war eigentlich immer schon das Ziel des kapitalistischen Westens, der auch die NATO ins Leben rief, Macht über Russland und den rest der Welt zu erlangen. Diesem Anliegen verdanken wir auch den kalten Krieg».</p> <p>«Совместные действия по борьбе с общими угрозами служат одной цели – интеграции в военную, империалистическую организацию для того, чтобы с ее помощью доминировать над другими. Это на самом деле всегда было целью капиталистического Запада, который также называют НАТО, старающегося получить власть над Россией и остальным миром. Этой проблемой мы также обязаны холодной войне»</p>
Politik-Forum, Германия;	Перепечатка

Grblogs, Inews, Friendfeed; Liiil, Польша; Ipernity, Греция; Freak-search, США	
АБВ, Болгария	<p>Перепечатка и комментарии: D-г А: «Мисля че това е най-голямото безумие на човечеството – да се затваря огромен финансов ресурс за никому ненужна защита...</p> <p>Защо е ненужна? Защото колкото и скрити фактори да са отчетени, извън декларираните 5, винаги съществува фактора наречен човек – а той е непредсказуем.</p> <p>То естъ започне ли реална «проверка за ефективност на ПРО» – човечеството ще прекрати съществуването си. Затова е безумие създаването и наличието на този капитал.</p> <p>Безполезна, обриваща на мизерно съществуване милиарди човеци...» «Я думаю, самая большая глупость человечества – выбросить огромные финансовые ресурсы на никому не нужную защиту...</p> <p>Почему ненужную? Потому что, кроме скрытых факторов, которые необходимо рассматривать вне названных 5, всегда есть фактор, который называется человек – и он непредсказуем.</p> <p>То естъ, если реально оценить «эффективность противоракетной обороны», то человечество перестанет существовать. Поэтому и является безумием создание и существование этого капитала. Бесполезна, из-за которой обречены на жалкое существование миллиарды людей ...».</p>
Vidovdan, Сербия	<p>Перепечатка и комментарии: biljana.a «Велики борац за правду и истину. Изузетан човек јасних и одлучних ставова» «Великий борец за справедливость и истину. Исключительный человек четких и решительных позиций»</p> <p>Brojanic: «мени је врло интересантна ова руска прича о сарадњи и пребацивању лопте у нато двориште, наравно, европске земље које су тренутно у нато су посебна тема...»</p> <p>«Мне была бы очень интересна история о русском сотрудничестве и перебрасывании мяча во двор НАТО. Конечно, европейские страны, которые в настоящее время находятся в НАТО в качестве отдельного предмета...»</p>

Дальнейшее распространение темы осуществляется через СМИ и вторичные медиатексты, которые передаются реципиентами друг другу, обсуждаются на других сайтах, форумах или в социальных сетях. Наблюдение за распространением тематики от первичного медиатекста показывает, что принцип распространения на форумах и в социальных сетях один и тот же, с небольшой разницей в особенностях развития тематики: на форумах создается топик и тема реализуется в форумном формате с применением привычных жанровых форм, специализированных лексем, форумных приемов развития темы и поддержания

интереса к ней. В социальных сетях доступ к тематике может получить большая пользовательская аудитория, разнообразная по составу, предпочтениям, интенциям или языковому сегменту. Гиперссылка на отдельный перевод статьи может быть использована реципиентами на обеих платформах в качестве аргумента в дискуссии, что также является гипертекстовой формой передачи информации в максимально сокращенном виде. Все упомянутые формы передачи информации оказывают существенное влияние на ход дискуссий, получают отклик в комментариях. Быстрое распространение таких медиатекстов и возрастающее количество в информационном пространстве, пусть и не обозначенном виртуальными границами СМИ, формирует не только текстовую реальность первичного медиатекста, но и актуальные сегменты виртуальной реальности, создавая в них репрезентативные текстовые и гипертекстовые связи.

Та же ситуация наблюдается и в социальных сетях, использующих одинаковые принципы виртуальной коммуникации: «топикстарт» в качестве информационного повода для описания события и пошаговый дискурсионный формат дискуссий с дополнительными возможностями развития отдельных тематических веток. Несмотря на обилие аудиальной и визуальной информации, доступной в гипертекстовом порядке, подобранной и категоризованной по тематическим страницам, тэгам и хэштэгам, единственным преимуществом социальных сетей, с содержательной точки зрения, является принцип объединения пользователей с целью обмена личной, коммерческой, профессиональной информацией, информацией об интересах с членами семьи, друзьями, коллегами, знакомыми. С точки зрения формы, более привлекательным для пользователей является формат социальных сетей, поскольку их интерфейс организован с преобладанием визуальной информации через фото и видеоконтент.

Визуальный контент располагается максимально эффективным образом, привлекая пользователя и репрезентируя информационное пространство через преобладание визуальных образов предметов вместо их графических знаков, что удобней для реципиента. Проще воспринимать псевдореальный, пусть и

двухмерный объект на фотографии, чем обилие знаков, слов, предложений, текстов, которые имеют множество насыщенных планов содержания: информативно-нейтральный (фактологический), эмотивно-коннотативный (в виртуальности мало возможностей для передачи эмоциональных оттенков, что породило целый ряд наборов забавных знаков типа «смайл») и фоново-интерпретативный (когерентное восприятие подтекста виртуального дискурса, а также гипертекстовая реальность, с которой связан конкретный текст).

Динамическое распространение информации в виртуальности не может происходить вне медийной среды, поскольку виртуальность служит средством передачи информации. Принцип передачи идентичен любым другим средствам связи: передаваемые константы могут быть вербально или визуально зашифрованы, оцифрованы и переданы вне зависимости от местонахождения на большие расстояния. Динамика коммуникативных процессов в виртуальном пространстве заключается в сохранении самого сообщения при разнообразии каналов передачи, вне зависимости от количества звеньев передачи в виде ряда пользовательских репрезентаций с намеренным и непреднамеренным использованием эвокативных средств, помещающих сообщение в контекст реципиента, но при этом сохраняющих основные характеристики объекта-сообщения²⁵.

1.2. Философские основы репрезентации реального мира в Интернете

Прежде чем приступить к рассмотрению репрезентации Интернет-медиадискурса в виртуальном информационном пространстве, необходимо рассмотреть философские основы отражения человеком реального мира в целом.

С давних времен человечество пыталось познать окружающую действительность при помощи доступных средств: органов чувств, слов,

²⁵ Чувакин А.А. Интернет-коммуникация... С. 385–396 ; Макаров М.Л. Основы теории дискурса. 280 с.

рисунков, звуков, абстракций, идеализаций и категоризаций различных знаний. Древние сказители, философы, музыканты, художники передавали другим людям свое видение мира в виде произведений литературы и искусства, сказаний, картин, статуй, текстов. Люди накапливали знания о реальном мире, систематизировали их, придавали удобную для хранения и передачи форму. Кто-то предпочитал собирать эти знания самостоятельно, сравнивать, вдумываться и сопоставлять, кому-то нравилось получать их в готовом виде и передавать дальше, обогащая своим жизненным опытом или обедняя скудостью личных представлений и суждений о мире, людях, вещах и взаимосвязях между ними.

В начале своего осмысленного существования человек обладал лишь возможностью наблюдать окружающую действительность, передавать с помощью ряда сигналов важнейшую для сохранения жизни информацию, фиксировать ее ограниченным набором средств и на очень короткий срок – жизнь самого индивида или племенной группы. Жизненный опыт откладывался в подсознании в виде определенных реакций на стрессовые, опасные или привычные, затверженные ситуации, которые возникали вокруг него с самого детства и позволяли ориентироваться в них путем простого подражания действиям своих родителей, сверстников и других соплеменников.

С развитием речи, речевых навыков, а также сопутствующем развитии мышления, памяти, внимания человек стал способен создавать сложные звукоподражательные, а потом и независимые от прямого звукоподражания вербальные конструкции. Постепенно формируется содержание, соответствующее определенному набору звуков, и происходит формирование знака как такового, в привычном сочетании означаемого и означающего. Фердинанд де Соссюр, говоря о психическом образе звука и подчеркивая тем самым его ничем не обоснованное соответствие реальному предмету, всего лишь повторил и дополнил мысль Платона, раскрывающего эту особенность человеческого восприятия в трактате «Государство» через известную аллегорию «пещеры». Суть аллегории заключалась в том, что люди не свободны в своем восприятии мира и напрямую зависят от тех, кто преподносит им образы

реальных предметов. В диалоге Платон описал пещеру, в которой находятся закованные в кандалы люди, наблюдающие игру теней на стене. Тени отбрасывают предметы, проносимые другими людьми, скрывающимися за ширмой, а наблюдающие их люди даже в состоянии повернуть голову и сверить тени хотя бы с другим ракурсом. Объясняя на этом примере соотношение чувственного и сверхчувственного миров, Платон хотел показать потенциальную ложность представлений людей об окружающем мире, раскрыть мир идей-теней и доказать его истинность по отношению к воспринимаемым нашими органами чувств образам предметов реального мира²⁶.

Учение Платона об идеях предвосхищало современное нам понимание формирования психических образов реальных предметов и раскрывало механизм взаимодействия сознания и реальности при непосредственном соприкосновении с предметами и изучении их человеком. Единственным его недостатком было представление о мире идей как о реальном, дающем не просто сведения, но истины. Высказывая опасения в ограниченности чувств человека при познании мира, Платон упускал из виду, что даже воспринятый человеком образ бывает весьма трудно описать средствами языка, доступными на той или иной ступени его развития. Платон все же отмечает, что отдельные, доступные для понимания философа вещи невозможно описать толпе, которая не стремится к познанию вещей в их идеальной, истинной сущности²⁷.

Обличая толпу и ее неспособность к познанию истинного мира идей, Платон косвенно указывает на ограниченность человека не только в восприятии предметов реальности, но и на скудость средств языка, доступных среднестатистическому греческому обывателю. И тем самым упускает из виду тот факт, что способность к отражению мира, пусть и при помощи несовершенной системы восприятия, может намного превышать способность описания предмета реальности. В итоге психический образ, находящийся в сознании человека, может

²⁶ Платон. Государство. М.: Академ. проект. 2015. 398 с.

²⁷ Платон. Государство. 398 с.

превосходить по объему содержания означаемое, приписываемое тому или иному означаемому²⁸.

Мышление образами более успешно при ограниченности восприятия и неразвитости системы языка. При таком взаимодействии сознания и реальности большей частью задействуется подсознание, его возможности и функции. Интуитивное манипулирование предметами, обучаемость на уровне подражания наверняка являлись и являются наиболее простым способом познания и освоения мира. Вербализация знаний, их конструирование и категоризация при помощи языковых средств по мере усложнения и расширения языковой системы чаще всего служило для формирования и структурирования общественных отношений, обоснования и описания религиозных культов, духовной жизни людей. В большей степени эти знания были о самом человеке, то есть о себе, об окружающих людях, о восприятии людьми, принадлежащими к той или иной родоплеменной группе, мира и самих себя в этом мире. И предметы реального мира попадали в поле зрения человека и тем более удостаивались каких-то ментальных операций лишь в приложении к нему, его повседневным заботам и трудностям.

Эстетическое восприятие действительности сначала сопровождалось этим процессам в виде творчества на предметах быта, в орнаментах и наскальных рисунках, позже усовершенствовалось до отдельных произведений искусства, предназначенных исключительно для эстетического наслаждения, передачи характеристик, восхитивших авторов предметов и явлений. Умение передать эстетику, пользуясь различными средствами, не только вербальными, также свидетельствует о том, что образное мышление несколько шире и объемней представлено в нашем сознании и подсознании, чем это способен отразить язык. Хотя язык является непревзойденным по своей эффективности средством накопления, хранения и передачи знаний, но он все же не в состоянии передать всей полноты психических образов предметов реального мира, как коллективных, так и индивидуальных.

²⁸ Там же.

Антропоцентричность знаний человека о мире неоднократно отмечалась и репрезентировалась в изготовляемых людьми предметах, формируемых согласно представлениям об их структуре, функциях и назначении. В то же время, рассуждая о природе, о составляющих ее частях, люди часто исходили из возможностей человека отражать окружающий мир и постоянно выражали сомнение в правильности своего понимания. Демокрит, рассуждая об «атомах и пустоте», объяснял это несоответствие довольно радикально – объявлял несуществующими и не соответствующими истинному бытию все знания, накопленные или получаемые человеком. Предвосхитив позднейшие исследования, подтвердившие его догадки относительно атомной структуры предметов реального мира, Демокрит все же не учел множества факторов, оказывающих влияние на состояние таких частиц, в виде различных сил – притяжения, например. Подобное представление о мире породило так называемый принцип отсутствия достаточного основания – не мог Демокрит в качестве этого основания предложить воздействие сил, не ощутимы и не наблюдаемы были эти явления. Отрицание системы знаний, категорий, которыми пользовались люди для передачи своих ощущений – «горький», «сладкий», «привкус железа», «мягкий», «плоский», «прямой» – привело к тому, что не на чем было строить предположения о наличии таких сил, позволяющих атомам удерживать воспринимаемую человеком форму предмета, хоть и на какой-то короткий срок²⁹.

Дальнейшее развитие подобное представление о мире получило в работах Галилея, Коперника, Ньютона и других ученых³⁰. На современном этапе развития науки и техники происходит не только исследование частиц как таковых, но и использование их для моделирования нанообъектов. Сегодня возможным становится моделирование различных фигур из атомов одного вещества на атомарной поверхности другого путем определенного вида манипуляций. Примером таких манипуляций может служить разработанный в 1993 году

²⁹ Цит. по: Лосев А.Ф. Словарь античной философии. М.: Мир идей : Акрон. 1995. 232 с.

³⁰ Там же.

Д. Эйглером метод сканирующей туннельной микроскопии – один из множества способов использования тех самых «отсутствующих достаточных оснований» для преобразования формы предмета.

1.3. Процесс познания в виртуальной и реальной действительности

Постоянно сомневаясь в правильности своего восприятия, человек все же способен угадывать и предвосхищать устройство реального мира без помощи органов чувств: в примере с атомизмом Демокрита мы видим отсутствие не просто возможности ощутить наличие мельчайших частиц, но и техники, предоставляющей человеку возможность взглянуть на них. Вычисление происходило интуитивно, на сопоставлении и логическом рассуждении, но не было оформлено математически³¹.

У человеческого мозга есть способности к моделированию реальности и при отсутствии исчерпывающей информации от рецепторов различного вида. Способность к синтезированию психических образов реальных предметов предполагает наличие и достаточную степень развитости способности к выделению определенного признака у ряда предъявленных предметов, сопоставлению их и запоминанию. Процесс познания ребенком окружающей действительности происходит на основе оперирования визуальными образами предметов: он не может их вербализовать и запоминает во всем многообразии характеристик и особенностей. Запоминание целостного, визуального образа происходит на стадии формирования мышления в раннем детстве и в дальнейшем; развивая и совершенствуя речь, ребенок совмещает звуковой образ – слово – с целостным образом предмета реальности. Именно поэтому дети часто для обозначения отдельной характеристики используют слово, обозначающее

³¹ Там же.

целый предмет. Например, «лягушка» вместо «зеленый», «мячик» вместо «горошина» и так далее.

В то же время человек может распознать определенную характеристику у ряда предметов и классифицировать их по этому признаку. Благодаря таким операциям появляется возможность упорядочить воспринимаемую реальность и установить необходимые ориентиры. Но в процессе классификации и категоризации предметов реального мира, человек не утрачивает их целостный образ. Если бы это было по-другому, то, воспринимая реальность визуально, мы не смогли бы идентифицировать фигуру и фон. Всего лишь один из способов восприятия реальности, но поскольку зрительно человек получает до 80 процентов информации об окружающем мире, этот пример наиболее показателен. Согласно исследованиям, проведенным в Стэнфордском университете Б. Ривзом и К. Нассом, человеческий мозг считает реальным любое графическое изображение, будь то реальный мир или его проекция на экране телевизора, кинотеатра или монитора³². Можно добавить, что не только на экране, но и на бумаге, стене и любой поверхности – для того, чтобы «погрузиться» в картинку, необходимо какое-то время созерцания. Без этого «погружения» невозможно распознать изображение, определить фигуры, фон, детали и соотнести ее со смысловой составляющей – изображение останется набором бессмысленных графических знаков.

Э. Кастронова отмечает важность самого факта восприятия изображения как реальной действительности, но подобное происходит лишь на короткое время. Информация обрабатывается высшими структурами мозга, и понимание отсутствия изображенных предметов в реальности возвращает нас в привычные рамки. Можно предположить, что осознание отсутствия предмета происходит именно из-за его целостного образа, хранящегося в памяти человека. Сличение воспринимаемого объекта и целостного образа, воспринятого когда-то в реальности или воссозданного по достоверным характеристикам, хранящимся в

³² Цит. по: Кастронова Э. Бегство в виртуальный мир. Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. С. 20.

памяти, позволяет определить его «подлинность» – соответствие ситуации восприятия объекта³³.

Вполне вероятно, что при целенаправленном восприятии изображенного предмета или фигуры возможно то самое «погружение» в воссозданную реальность, и мозг не препятствует этому, имея определенный алгоритм действий в такой ситуации. Э. Кастронова пишет, что в 2001 году занимался исследованиями психологии «геймеров» – игроков, полностью погруженных в виртуальные миры компьютерных игр, и установил, что пятая часть из них считает виртуальный мир своим настоящим домом. Более того, этот факт признается самими «обитателями» виртуального мира, теми, кто по своей профессиональной деятельности должен много времени проводить в виртуальном пространстве (программисты, системные администраторы, менеджеры среднего звена, работающие с удаленной клиентурой, владельцы интернет-проектов и др.). Существует множество ироничных высказываний и сетевого фольклора на эту тему, например, сочетание «in real life», сокращение от которого используется при сообщении о событии, произошедшем в «реальном мире», не в виртуальном. Однако вряд ли это является свидетельством того, что человек в состоянии осознавать и контролировать этот процесс³⁴.

1.3.1. Общие и специфические характеристики Интернет-пространства

Процесс соотнесения и различения виртуального пространства и реальности представляется довольно энергозатратным для мозга человека, поскольку подразумевает умение распознать виртуальность и создать внутри нее определенную систему координат, позволяющую ориентироваться в воссоздаваемой ситуации, заменить некие уже известные в реальности вещи на соответствующие им виртуальные образы. Точно так же приходится прилагать

³³ Там же.

³⁴ Там же.

усилия при различении и разграничении виртуального и реального пространства, когда совпадение образов слишком велико. Рассмотрим эти процессы подробнее.

С точки зрения онтологии, виртуальность может воплощаться при определенных условиях и при сочетании нескольких факторов во времени и пространстве. Ни для кого не секрет, что возможности человека в познании окружающей действительности ограничены его физическими способностями. Он не способен воспринимать мельчайшие частицы и использует для этого сложные оптические приборы, не способен воспринимать определенные звуковые диапазоны, не видит в темноте и не может воспринимать тепловое, радиационное и электромагнитное излучение.

На современном этапе развития человечества технологии предоставляют дополнительные инструменты для познания мира и дальнейшего накопления знаний. Они позволяют расширить диапазон восприятия человека и формировать знания, включающие сведения об исследуемом предмете, характеризующие его в недоступных для обычного человека спектрах. В этом ракурсе реальность приобретает основную черту виртуальности – является менее полной картиной мира, а виртуальность становится отражением всех знаний о мире, накопленных в процессе его освоения.

Виртуальность в таком случае воплощает многообразие мира в совокупности уже исследованных и категоризованных сознанием человека предметов, ощущаемых по отдельным, доступным для восприятия характеристикам, а также свойствам, которые не воспринимаются, но свидетельства их существования обнаруживаются в их воздействии на другие, так или иначе доступные для восприятия предметы.

Виртуальная реальность изначально предназначалась для хранения и накопления систематизированной информации, которая трансформировалась в процессе развития сети Интернет в конгломерат знаний о мире. В настоящее время оцифрованные и представленные в виде текстовой, аудиальной и визуальной информации Интернет-файлы репрезентируют картину мира, и

виртуальность становится отражением знаний, накопленных в процессе его познания.

Термин виртуальность не является чем-то новым, изобретенным современностью. Впервые о виртуальности написал Фома Аквинский, полагавший, что это есть единство души и тела. Уже в его понимании мы видим некую двойственность, противопоставление тела как чего-то материального, известного, осязаемого и души – непознаваемого объекта, но незримо присутствующего во всем живом. С развитием науки понимание виртуальности совершенствовалось, но свое реальное воплощение явление получило лишь с возникновением Интернета. Поэтому сегодня мы не можем представить виртуальность без информационных технологий³⁵.

Проблемами взаимодействия виртуальной реальности с объективной и субъективной реальностью занимается виртуалистика. Это новая научная отрасль сформировалась в 80-90-е годы XX века, в момент бурного развития и повсеместного распространения информационных технологий. Но до сих пор нет единого представления о предмете исследования этой науки. Н.А. Носов, один из основателей российской школы виртуалистики, отмечает, что категория виртуальности характеризуется относительностью³⁶. В «Словаре виртуальных терминов» под его редакцией не дается исчерпывающего определения виртуальности, перечисляются лишь ее свойства, среди которых отмечаются характеристики реальности, такие как «порожденность (виртуальная реальность продуцируется активностью какой-либо другой реальности, внешней по отношению к ней; психологические виртуальные реальности порождаются психикой человека), актуальность (виртуальная реальность существует актуально, только «здесь и теперь» только пока активна порождающая реальность), автономность (в виртуальной реальности свое время, свое пространство и свои

³⁵ Лосев А.Ф. Словарь античной философии. 232 с.

³⁶ Носов Н.А. Реальные нереальности // Человек. 1993. № 1. С. 33–42 ; Его же. Психология виртуальных реальностей и анализ ошибок оператора. М., 1994. 283 с. ; Его же. Психологические виртуальные реальности. М.: Ин-т человека, 1994. 195 с. ; Его же. Психология ангелов. М.: ИТАР-ТАСС, 1995. 80 с. ; Его же. Психология виртуальных реальностей // Логика, методология, философия науки. М.: Обнинск, 1995. Вып. 9. С. 94–98.

законы существования), интерактивность (виртуальная реальность может взаимодействовать со всеми другими реальностями, в том числе и с порождающей, как онтологически независимая от них)»³⁷.

Н.А. Носов разграничивает и противопоставляет порождающую и виртуальную реальность, отмечая, что в качестве философских категорий «константность» и «виртуальность» образуют оппозицию. Порождающая реальность становится константной, а виртуальность возникает и преобразуется в сознании человека с опорой на нее. Такое противопоставление необходимо для того, чтобы человек мог ориентироваться, соотнося их в сознании. Константная реальность становится верифицирующим фактором для человека в процессе погружения и функционирования сознания в виртуальной реальности³⁸.

Н.А. Носов и школа виртуалистики исходят из положения об относительности виртуальной реальности в сравнении с константной реальностью. Возможно, прийти к такому выводу их заставила неисследованность виртуальной реальности как таковой. Установив ее внешние свойства, отметив возникновение и «схлопывание» виртуалов, представители виртуалистики оставили без внимания внутренние характеристики виртуальности³⁹.

В «Словаре виртуальных терминов» противопоставление виртуальной и константной реальности описывается следующим образом: «... В отличие от схоластики, в виртуалистике виртуальность противопоставляется не субстанциальности, а константности, и отношения между ними относительны: виртуальная реальность может породить виртуальную реальность следующего уровня, став относительно нее константной реальностью. И в обратную сторону: виртуальная реальность может “умереть” в своей константной реальности – свернуться в элемент своей константной реальности, которая имеет статус виртуальной по отношению к своей константной реальности»⁴⁰.

³⁷ Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов. М.: Путь, 2000. 69 с.

³⁸ Там же.

³⁹ Носов Н.А. Психология виртуальных реальностей. С. 91–99 ; Его же. Словарь виртуальных терминов. 69 с.

⁴⁰ Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов. 69 с.

Очевидно, что виртуалистика рассматривает линейное порождение виртуальной реальности, предполагая цепочку из обособленных по уровням виртуальностей. Верифицирующей (константной) при этом становится виртуальность, на основе которой появилась новая, но отличная в чем-то от породившей, иначе не было бы смысла причислять ее к следующему уровню. В то же время, рассматривая собь как совокупность виртуальных реальностей, виртуалистика косвенно подтверждает наличие многоэлементной структуры. Но не объясняет наличие связей между элементами.

Действительно, определяя собь (термин Н.А. Носова) как виртуальную реальность, необходимую человеку для самоидентификации, виртуалистика устанавливает цепочку верификационных связей между отдельными виртуальностями как элементами соби. Но если предположить, что связи между ними могут носить не только линейный характер, и верифицирующими для наблюдаемого элемента могут стать не только породившая его виртуальность предыдущего уровня, но и виртуальность, принадлежащая этой же соби, условно говоря, расположенная «на расстоянии»⁴¹.

Исходя из этого, можно утверждать, что собь поможет человеку самоидентифицироваться только в том случае, если обладает когерентностью, подразумевающей не только линейную связь. В процессе образования новой виртуальной реальности как элемента соби происходит не только заимствование составляющих константной виртуальности, но заимствование неких кусочков сходных по содержанию виртуальностей. Именно сходство по содержанию сформировавшихся на момент взаимодействия виртуальностей способно создать целостную структуру, способную идентифицировать человека в многообразной и сложной среде.

⁴¹ Носов Н.А. Психология виртуальных реальностей и анализ ошибок оператора. 283 с. ; Его же. Психологические виртуальные реальности. 195 с.

1.3.2. Виртуальная реальность и особенности мышления человека

Г.И. Рузавин в статье «Виртуальность» отмечает, что субъект, погружаясь в виртуальную реальность, в определенный момент времени становится не способен различать вещи и события, относящиеся к реальному или виртуальному мирам. После предметного соотнесения человек становится способен к ориентированию, а значит, и полноценному погружению в виртуальный мир. Понимая и осознавая себя в качестве виртуального персонажа, например, игрового, человек может выполнять задания, общаться с другими персонажами в ходе реализации игрового сценария или обустривать доступный ему участок виртуального мира по своему вкусу, в соответствии со своими желаниями и представлениями⁴².

Но компьютерная игра – это в определенной мере запрограммированный процесс, предполагающий ответные реакции пользователя на ситуации и предметы. Так, например, различные виды виртуальной еды дают разный эффект и позволяют персонажу увеличить те или иные характеристики; предусмотренные сюжетом ситуации общения заранее определяют роль и поведение персонажа, не позволяют ему отклониться от основной линии, потому что в ином случае он не закончит игру и будет вынужден повторять тот или иной поворот событий несколько раз, пока не выберет соответствующее сценарию действие.

Если рассматривать виртуальность, воссозданную в игре, то она наиболее близка к реальности и в полном соответствии с теорией Н.А. Носова представляет собой сочетание так называемых кусочков виртуальности и реальности – известных всем пользователям предметов или похожих на них, типичных социальных и бытовых ситуаций, знакомых и доступных социальных ролей. Большинство игр CRPG (Computer role-playing game – жанр компьютерных ролевых игр, предусматривающий наличие персонажа, сюжета игры и

⁴² Рузавин Г.И. Виртуальность // Новая филос. энцикл. 2-е изд., испр. и допол. М.: Мысль, 2010. С. 461–483.

возможности изменять в ходе игры характеристики субъекта) построены на соблюдении принципа схожести виртуальных предметов и ситуаций⁴³.

Принцип схожести виртуальных предметов и ситуаций с реальными объясняется тем, что создание виртуального мира происходит на основе мысленных образов реальных предметов. Восприятие реального предмета включает в себя не только получение биологически обусловленной информации, но и синтез образа предмета, включающий его свойства и характеристики. При создании виртуальной реальности последние воплощаются посредством компьютерного инструментария в виртуальные образы реальных предметов. Это могут быть визуальные, аудиальные, тактильные инструменты, могут быть схемы и геометрические фигуры, но в любом случае они будут являть собой целостный, узнаваемый образ реального предмета, действия, ситуации. Выбор реальных свойств и характеристик для отражения в виртуальности определяется набором факторов и создается по следующему алгоритму:

1. Наличие доступного, многофункционального интерфейса и специализированных программ для воплощения виртуального образа.

2. Определение свойств и характеристики предмета для наделения ими виртуального образа, достаточных для распознавания его в виртуальной реальности и соотнесения с реальным предметом.

3. Создание или определение в виртуальности необходимой и подходящей среды для размещения полученного образа.

4. Закрепление созданного образа в виртуальной реальности посредством соотнесения и установления смысловых, функциональных или гипертекстовых отношений с образами, присутствующими в окружающей виртуальной среде.

5. Реализация виртуальной константности образа предмета с целью создания логически завершенной, удобной для интерпретации субъектом-пользователем виртуальной картины мира в избранном сегменте интернет-пространства.

⁴³ Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов. 69 с.

6. По нашим наблюдениям, преодоление сложности восприятия виртуального образа предмета, обусловленного отсутствием подкрепления ранее изученных характеристик через комплексное воздействие изучаемой среды на органы чувств (виртуальная среда может предоставить лишь ограниченный набор ощущений, нагрузка на память увеличивается в несколько раз)⁴⁴.

Осмысление предмета в виртуальном пространстве происходит с учетом уже имеющегося у индивида опыта, но приобретенного в реальном мире. И все же сознательное восприятие виртуального образа, называние, отнесение к категории схожих предметов в интернет-пространстве происходит несколько иначе, чем в действительности. Необходимый виртуальный образ в потоке информации выделяется субъектом-пользователем не только по естественным причинам: у его создателя и у субъектов имеется возможность изменять виртуальный образ предмета в режиме «реального времени», закладывать при его образовании те характеристики, на которые субъект гипотетически обратит внимание в первую очередь⁴⁵.

На этом принципе построены практически все манипуляции рекламного или пропагандистского характера, он предопределяет селекцию виртуальных образов в потоке информации. Чем искуснее и профессиональнее реализуется принцип *гипотетического предопределения восприятия*, тем ближе будет отбор информации к эффекту, ожидаемому создателем виртуального образа. Если в процессе восприятия виртуального предмета селекция все же произошла, то на этапе синтеза целенаправленно заложенная в него информация будет присутствовать в конечном варианте его целостного образа. Выделяя, таким образом, предмет из информационного потока, человек делает выбор на основании определенного информативного содержания, которое не всегда соответствует его личной цели, но может быть скорректировано заранее.

Далее происходит процесс категоризации осознанного целостного образа предмета, и к отраженным в его виртуальном образе свойствам приписываются

⁴⁴ Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов. 69 с.

⁴⁵ Хомский Н. Язык и проблемы знания // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. 1995. № 4. С. 131–157.

оставшиеся характеристики, относящиеся к предметам избранной для него категории. Последующая интерпретация и соотнесение со смежными предметами, а также с предшествующим опытом, касающимся осознаваемого предмета или событиям, связанным с ним, позволяет сформировать субъективную картину того сегмента интернет-пространства, с которым изначально связан воспринятый предмет.

Необходимо отметить, что при создании сопутствующей отражаемому виртуальному объекту картины виртуального мира большое значение имеет общее содержание психики человека, его опыт нахождения в виртуальном пространстве, потребность в получении информации, умение выделять, систематизировать и использовать полученную из виртуального пространства информацию. Дело в том, что виртуальная реальность является порожденной, вторичной от реальности. Психика человека при познании окружающего мира создает свою собственную, ментальную реальность, позволяющую осуществлять все познавательные операции на основе ощущений, полученных от рецепторов. Способность к созданию такой реальности является одной из биологических функций психики, без нее отражение окружающего мира, а также его осознание и формирование целостной картины мира было бы невозможно⁴⁶.

Виртуальность, или интернет-пространство представляет собой удивительный феномен: порождающей по отношению к нему является не действительность, но ментальная реальность. Именно из нее человек берет образы для воплощения виртуальных объектов, с ней соотносит тот или иной образ и в ее рамках формирует интернет-пространство. Развитие интерактивных технологий предопределило ограниченность в восприятии и отражении этой реальности, создало прямую зависимость от технических гаджетов. В то же время технические приспособления служат средством связи и взаимодействия интернет-пространства с порождающими его действительностью и ментальной реальностью. Через них реализуется еще одна характеристика виртуальной

⁴⁶ Выготский Л.С. Собрание сочинений: в 6 т. М.: Педагогика, 1982. Т. 1. Вопросы теории и истории психологии. 488 с. ; Выготский Л.С., Лурия А.Р. Этюды по истории поведения. М.: Педагогика-Пресс, 1993. 224 с.

реальности – интерактивность или способность к взаимодействию с порождающими ее ментальной и реальной действительностью.

Субъект в этом процессе может выступать в качестве порождающего, а также в качестве воспринимающего виртуальную реальность. Технические средства могут быть инструментами для создания, исследования и понимания виртуальной реальности, но в то же время сама виртуальная реальность становится площадкой для моделирования различных ментальных образов и, в свою очередь, инструментом для познания действительности.

Н.А. Носов считает, что психологическая виртуальная реальность, которую мы называем ментальной, представляет собой отражение актуализации образа. Он отмечает также, что в процессе актуализации образа предмета происходит наложение на него текущих состояний психики, и это подтверждает наше предположение о влиянии общего психического содержания на отражение виртуального предмета, явления или ситуации. В случае актуализации образа в привычных условиях протекания тех или иных процессов не происходит и возникает состояние, называемое консуэталом. Это нерелексируемое состояние, привычное, воспроизводящее процессы, автоматизированные при накоплении опыта, отличное от виртуальной реальности, переживаемой и воспринимаемой человеком как действительность. Привычность консуэтала – это не всегда спокойное состояние, скорее воспринимаемое как норма в типичных для виртуальной или реальной действительности ситуациях⁴⁷.

1.4. Освоение виртуальной реальности

При погружении в виртуальную реальность ментальные образы служат неким срединным, опорным психическим конструктом, позволяющим соотнести схожие по признакам и характеристикам предметы, явления и ситуации, но существующие в различных виртуальных реальностях и окружающей индивида

⁴⁷ Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов. М.: Путь, 2000. С. 292–296.

действительности. При продолжительном нахождении в виртуальном пространстве человек обретает, как уже говорилось выше, способность ориентироваться и действовать в виртуальном пространстве. Эти возможности он приобретает при распознавании и установлении связей между предметами, принадлежащими одному сегменту пространства. Все процессы, позволяющие индивиду осознать виртуальное пространство, в любом случае базируются на опыте, полученном в действительности. Причем само виртуальное пространство вне зависимости от каких-либо условий является отражением тех или иных фрагментов реального мира, вспомогательным, вторичным по отношению к нему.

Но виртуальная реальность может стать привычной. При каких условиях это происходит? При осознании одного или нескольких объектов с установлением взаимосвязей между ними в виртуальной реальности осуществляется формирование картины мира, соответствующей тому или иному фрагменту реальности. Иначе говоря, при осмыслении новой для человека реальности, порожденной им самим или созданной другими людьми, информационная система, отражающая наши совокупные и когерентные знания о мире, насыщается новыми элементами и взаимосвязями между ними.

Новая информационная структура дополняет сведения и опыт или создает принципиально новый «каркас знаний», позволяющий особым, ранее неизвестным образом задействовать имеющиеся элементы картины мира, соотнести их друг с другом с целью обретения способности действовать в ранее неизвестной среде. Но возможности по взаимодействию со средой, способности ориентироваться в ней, производить какие-либо действия появляются только при важнейшем условии: *неизвестная ранее виртуальная действительность должна стать привычной, константной*. Такое происходит, рано или поздно, с любой виртуальной средой, является ли она созданной искусственно или производной от неподконтрольных конкретному человеку реальностей. Сначала распознаются и осознаются предметы данной реальности, а потом становятся консуетальными переживания и ощущения, получаемые в этой среде.

Необходимо отметить также, что даже в освоенной виртуальной реальности, воспринимаемой в качестве константной, всегда остаются неосвоенные, неосознанные человеком элементы. Такие элементы могут быть не включены в общую картину виртуального мира, но могут быть вычислены спонтанно, с опорой на предыдущий опыт нахождения в данной реальности, воплощающийся во взаимосвязях элементов, схожих характеристиках и функциях предметов (так называемый «метод тыка» при освоении технических гаджетов без инструкции, на основе общего представления о функционировании, логическом расположении элементов и примерном представлении результата манипуляций).

Еще одним важным условием освоения виртуального пространства является *исчезновение ощущения нахождения в виртуальном пространстве*. Это переход от осознания себя в виртуальном мире – одного из этапов осмысления – к подсознательному, автоматическому присвоению себе того «я – образа», который сформировался в пространстве в момент вхождения. Человек не осознает этого перехода, оставаясь самим собой, но действовать в виртуальной реальности может совершенно не свойственным ему образом. Подобная метаморфоза в виртуальном пространстве не означает наличия каких-то тектонических сдвигов в структуре личности, но обнаруживает новые умения и навыки, новые способности и возможности человека. Иногда проявляются такие качества личности, которые не могут быть вскрыты при взаимодействии с реальным миром.

Виртуальность становится не только миром, в котором живет, действует человек, но продолжением его физического тела, увеличивает его возможности или сообщает дополнительные функции. Впервые эту особенность упомянул М. Маклюэн в своей монографии «Понимание Медиа», когда говорил о расширении нервной системы человека за счет средств массовой информации. Возможность оценить наглядно особенности взаимодействия человека и виртуальной среды помогла способность СМИ создать виртуальную реальность. Маклюэн считал, что виртуальный мир, созданный интерактивными изобретениями, является продолжением нервной системы человека и

дополнительным расширением его картины мира⁴⁸. Действительность в таком случае приобретала сходство со слоеным пирогом, где каждый слой соответствует какой-либо реальности, а смежные с ним слои могут быть порождающими. Но благодаря расширенной нервной системе и накопленному опыту нахождения в виртуальных реальностях человек мог спокойно перемещаться по этим слоям и взаимодействовать с ними. Наиболее ярким примером такого послойного взаимодействия может служить так называемый «серфинг» в интернет-пространстве.

Виртуальная реальность состоит, в свою очередь, из субпространств, сегментированных по различным критериям. Это могут быть иноязычные сегменты Интернета, базы данных, сайты, социальные медиа, закрытые компьютерные сети различных предприятий, виртуальные пространства онлайн-игр и многое другое. Пользователь Интернета редко ограничивается посещением какого-то одного вида субпространств, поэтому явление и называется «серфингом» – своеобразным «скольжением» по интернет-ресурсам. При резкой смене картинки или вкладки браузера появляются новые изображения, тексты или коды страниц, схемы, личные странички пользователей. Переход из одного субпространства Интернета в другое осуществляется за очень короткий промежуток времени: один клик мышки или одно нажатие клавиши.

Происходит ли осознание перехода из одной виртуальности в другую? Скорее всего, не происходит: слишком мало времени. Осознание смены страниц все же присутствует, но не осознание смены реальности как таковой. Пользователь чувствует себя довольно уверенно и воспринимает виртуальный мир как единое целое. Наиболее вероятной причиной такого восприятия является отсутствие смены воспринимаемого носителя информации, в данном примере – экрана монитора, планшета, смартфона и других устройств. Но при этом характер его действий меняется в зависимости от разновидности интернет-ресурса и целей его пребывания на нем. Если это связано с профессиональной деятельностью

⁴⁸ Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: Жуковский : Канон-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. 462 с.

пользователя по программированию, то взаимодействие с виртуальной средой происходит напрямую – в сфере кодов, настроек, скрытого Интернета. Если это обычный посетитель виртуального интернет-пространства, то его деятельность не выходит за рамки пользовательского интерфейса. В данном случае набор действий ограничен доступными функциями, использование которых доводится до автоматизма при частом посещении Интернета.

1.4.1. Интерактивность и функционирование сознания в Интернет-пространстве

Разнообразно программируемый интерфейс позволяет индивидуально настроить определенные параметры, что служит своеобразным оформлением входа в виртуальное пространство. Индивидуальные настройки пользователя в различных программах – это, в целом, своего рода «скафандр», «виртуальное тело» пользователя, позволяющее ему работать, ориентироваться в информационном потоке, потоках данных и операций с ними. Виртуалисты отмечают, что при «погружении» в виртуальное пространство человек начинает ощущать себя по-другому, происходит «обретение другой телесности». Именно это и отражает в совокупности настроенный интерфейс, даже в случае отсутствия полноценного интерактивного оборудования, способного передавать тактильные ощущения.

В виртуальности происходит также изменение статусов, сознания, воли и личности человека. Изменения в функционировании сознания отражаются в возрастающей возможности по обработке информации, ее объемов, намного превосходящих ощущения и переживания, получаемые человеком в действительности. Способность к анализу и синтезу информации существенно возрастает благодаря гипертексту, компактно располагающему дополнительную информацию относительно рассматриваемого пользователем явления. При взаимодействии различных единиц знаний, составляющих тематическое,

логическое или гипертекстовое единство в виртуальном пространстве, происходит не просто осознание и накопление знаний и опыта, но моделирование отдельных виртуальных предметов в виде своеобразных ментальных конструкций. Измененность статуса личности и воли проявляется в изменении оценки себя и своих возможностей. Часто происходит их преувеличение: человек, не имеющий в реальности возможности ходить, летать или самостоятельно передвигаться, может получить ощущение движения за счет различных симуляторов. В социальных сетях или форумах, предполагающих общение с другими людьми в группах, такое изменение сознания выражается в феномене троллинга.

Троллинг представляет собой тип общения между людьми в виртуальном пространстве, целью которого со стороны одного из его участников является провоцирование собеседника или собеседников на эмоционально насыщенные высказывания, чаще всего негативные. В процессе такого «общения» часто происходит переход на личности, прямые оскорбления и угрозы, уход от темы. Все эти детали свидетельствуют о том, что общающийся в таком тоне коммуникант превышает допустимые моральные, этические нормы и тем самым выходит за рамки социально приемлемого поведения, которое он не позволил бы в разговоре с теми же собеседниками в реальной действительности. Происходит типичная переоценка своих возможностей, пользователь начинает чувствовать превосходство над доведенным до эмоциональной реакции собеседником, и ложное ощущение «успеха» заставляет его снова и снова совершать подобные провокации в отношении виртуальных собеседников.

Изменения волевой сферы виртуалисты напрямую соотносят с комфортностью пребывания в виртуальной реальности. Выделяют два состояния, свойственные человеку в виртуале – гратуал и ингратуал. Гратуал подразумевает ощущения комфорта при переходе на новый уровень реальности, попадание в непривычную обстановку, предлагающую ранее не испытанные ощущения. Подобное состояние психики объясняется динамикой психических процессов и позитивными переживаниями от доступности нового жизненного опыта. Индивид получает возможность пробовать свои силы в новых видах деятельности, а

легкость осуществления такого перехода в интернет-пространстве обуславливает огромное количество возможностей в его достижении. Ингратуал означает вхождение в уже изученную и освоенную область, не предлагающую ничего нового в плане ощущений, опыта и предполагающую занятие уже известными видами деятельности⁴⁹.

В гратуале динамика психических процессов способствует естественному их протеканию, восприятие и мышление характеризуются ясностью и быстротой реакции, в ингратуале все наоборот – мышление становится медленным, «вязким», и требуется значительное волевое усилие для осуществления деятельности. Естественно, что в таком состоянии человек утрачивает способность к быстрой и качественной обработке информации, отдает предпочтение однообразным и менее энергозатратным видам деятельности. Необходимо отметить, что осознания перехода в то или иное состояние не происходит, и ощущение нахождения психики в одном из них возникает только при комплексном изменении во всех названных сферах психической деятельности⁵⁰.

1.4.2. Познавательные процессы концептуализации, категоризации и когерентизации

Одной из центральных функций человеческого сознания, которая определяет протекание психических процессов, их результаты в познании и отражении окружающего мира, является способность к концептуализации и категоризации⁵¹. В процессе познания и отражения виртуального мира психика задействует те же механизмы, что и при познании реальной действительности.

⁴⁹ Носов Н.А. Психология виртуальных реальностей. С. 44–45.

⁵⁰ Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов. 69 с.

⁵¹ Болдырев Н.Н. Значение и смысл с когнитивной точки зрения и проблема многозначности // Материалы Второго международ. семинара по когнитив. лингвистике: в 2 ч. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2000. Ч. 1. С. 94.

Познание виртуального мира также начинается с выделения объектов, предметов, свойств, характеристик, определения взаимосвязей между ними и закономерностей взаимодействия. Большинство исследователей когнитивного направления ограничивается выделением объектов познания как таковых, и часто все сводится к описанию их характеристик и свойств. Но это лишь часть работы сознания: целостное, когерентное понимание мира включает не только отражение, концептуализацию и категоризацию предметов, но также и установление связей, закономерностей динамических изменений отражаемых объектов, их взаимодействия и взаимного воздействия (эвокация, переход при непосредственном рассмотрении). Необходимым условием целостного восприятия мира, виртуального или реального, является также осознание места воспринимающего в его структуре – в качестве субъекта познания или его объекта.

Н.Н. Болдырев выделяет концептуализацию и категоризацию в качестве основных среди многообразия познавательных процессов и говорит о метаязыке когнитивной лингвистики, представляя концепт как единицу знания. Е.И. Голованова выделяет категоризацию и отмечает, что «исключительная ценность понятия «категория» определяется тем, что оно позволяет свести бесконечное разнообразие человеческих ощущений и объективное многообразие форм материи и форм ее движения в определенные рубрики»⁵². Справедливо было бы добавить процесс осознания самого себя в качестве составляющей, а также установление взаимных связей, зависимостей и воздействия выделенных и осмысленных объектов познаваемого мира как незаменимых элементов когерентного отражения виртуальной или реальной действительности.

Когерентность представляет собой средство выражения целостности какого-либо объекта, в данном случае отражаемой картины мира. **Целостность – это особое свойство наблюдаемого объекта, позволяющая ему сохранять свои специфические свойства и характеристики при взаимодействии с другими**

⁵² Голованова Е.И. Категория профессионального деятеля: формирование, развитие, статус в языке. 2-е изд., испр. и доп. М.: Элпис, 2008. С. 15.

объектами, устанавливая связи с другими объектами при помощи схожих черт и оказывая взаимное воздействие на основании установленных взаимосвязей⁵³. Само существование такого явления, как целостность, и средства выражения его в объекте отражения позволяет сделать предположение относительно существования познавательного процесса, отвечающего за формирование целостного восприятия действительности. Когерентность как средство выражения наличия целостности в воспринимаемом объекте может выступать в качестве характеристики этого познавательного процесса и отражать его протекание. Если условно назвать этот процесс **когерентизацией** единиц знания как результатов процесса познания, то наряду с концептуализацией и категоризацией появляется еще один из основных процессов по формированию адекватной картины мира.

Когерентизация представляет собой познавательный процесс, преобразующий единицы знания, полученные в результате концептуализации, в целостные ментальные конструкции. Это один из процессов концептуализации мира, предполагающий многоуровневый синтез накопленных и концептуализованных знаний по определенным критериям, включающий помимо совокупной репрезентации свойств отраженного предмета многократную верификацию полученного знания и соотнесение его с уже имеющимися базовыми конструктами. Верификация и соотнесение с базовыми концептами позволяет сделать когерентные концептуальные структуры основополагающими при познании мира, сформировать необходимый целостный базис знаний и представлений о мире, позволяющий иметь систематизированный и структурированный опыт.

Для понимания места процесса когерентизации в общем процессе концептуализации мира необходимо рассмотреть логику концептуального подхода в исследованиях. Н.Н. Болдырев отмечает, что концептуализация как познавательный процесс предназначена для накопления, дополнения, расширения

⁵³ Коновалова М.В. Когерентизация и познавательный процесс // Вестник Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология и искусствоведение. 2013. № 31. С. 49–52.

знаний о мире, а также для формирования единиц с новым концептуальным содержанием при помощи языковых средств с целью передачи полученного концепта адресатам в процессе коммуникации⁵⁴.

Автор подхода разделяет данные цели и соответственно им выделяет два типа концептов, подлежащих когнитивному анализу. В первом случае это совокупность различных языковых единиц, в качестве знаков, отражающих похожее концептуальное содержание или разные признаки одного и того же концепта. Согласно мнению автора, последний является элементом социальной концептуальной системы человека – единицей коллективного знания о мире, которое присутствует в каждой концептуальной системе индивида, принадлежащего тому или иному социуму. Во втором – языковые единицы, представляющие концепт в конкретном аспекте его содержания, актуализующем определенный смысл высказывания⁵⁵.

Анализируя соотнесенность процесса концептуализации с языком и обусловленность его протекания языковыми средствами, Р. Павиленис отмечает возможность статического и динамического подхода⁵⁶. Статическое рассмотрение концептуализации помещает в фокус исследований единицы знаний в качестве основных элементов концептуальной системы с учетом всей полноты содержания. Совокупность таких концептов отражает весь накопленный жизненный опыт индивида, результаты его познавательной многоаспектной деятельности, представленной в виде представлений об объектах, субъектах, их свойствах и характеристиках, взаимосвязях и отношениях.

Н.Н. Болдырев обозначает их как тематические концепты и характеризует как результат всего познавательного процесса, ментально оформленные качественно и количественно накопленные единицы знаний. Обозначение концептов такого вида как тематические предполагает узкую специализацию

⁵⁴ Болдырев Н.Н. Значение и смысл с когнитивной точки зрения и проблема многозначности С. 94 ; Его же. Категориальная система языка: когнитивный подход // В лабиринте сознания, времени и языка. Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2013. С. 52–67.

⁵⁵ Болдырев Н.Н. Категориальная система языка: когнитивный подход. С. 52–67.

⁵⁶ Павиленис Р. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка. М.: Мысль, 1983. С. 175, 207.

хранящихся в них знаний, соответствие концептуального содержания определенной тематической области или сфере человеческой деятельности⁵⁷.

Тематические концепты отражают все накопленные человечеством знания о мире в той или иной тематике и предполагают в качестве объекта отражения не сам мир, но знание о нем. Такая позиция обосновывает исследование тематической области, ее структуры и содержания, а также способов языковой репрезентации, отраженных в ней знаний. Большое количество исследований тематических концептов не охватывает когнитивные и языковые механизмы их формирования, что обосновывается эволюцией концептуального содержания в результате сопутствующей интерпретационной деятельности сознания человека.

Динамический аспект рассмотрения концептуализации связан с процессом коммуникации, когда происходит обмен концептуальной информацией и выделение объектов, субъектов их характеристик и взаимосвязей в виде единиц знания непосредственно в общении. Концепты становятся оперативными единицами знания, которые формируются и передаются при коммуникации (концепты становятся оперативными единицами мышления и помимо того). Автор называет их ситуативными концептами. Продолжая свою мысль, Н.Н. Болдырев приводит понимание концепта, предложенное в психологической науке: он выделял единицы ментального лексикона, которые репрезентировались словами на вербальном уровне и отмечал, что концептуальная сфера человека включает небольшое количество концептов коллективного знания. Содержание самого концепта всегда индивидуально и соотносится с индивидуальной концептосферой.

⁵⁷ Болдырев Н.Н., Куликов В.Г. О диалектном концепте в когнитивной системе языка // Известия Рос. акад. наук. Сер. литературы и языка. 2006. Т. 65, № 3. С. 3–13 ; Болдырев Н.Н. О метаязыке когнитивной лингвистики: концепт как единица знания // Когнитивные исследования языка. М.: Ин-т языкознания РАН ; Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011. Вып. IX. Взаимодействие когнитивных и языковых структур. С. 23–32 ; Его же. О типологии знаний и их репрезентации в языке // Типы знаний и их репрезентация в языке. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2007. С. 12–28 ; Его же. Проблемы исследования языкового знания // Концептуальный анализ языка: современные направления исследования. М.: [б. и.], 2007. С. 95–108.

Немаловажным при рассмотрении концептосферы является различие понятий концептуальной системы и картины мира. Понятие концептуальной системы раскрывает совокупность знаний, представлений, гипотез человека об окружающем мире во всем многообразии характеристик, связей и отношений. Картина мира представляет собой постоянно изменяющуюся, динамическую структуру, к которой разные исследователи относят различные по содержанию и назначению единицы. С точки зрения культурологического подхода, это система представлений о реальности, с философской позиции – целостное представление о мире на основе верифицированного логикой опыта, с когнитивной – концептуальная картина мира, состоящая из совокупности мнений, позволяющих в процессе познания осуществлять выбор того или иного концепта. В данном случае отмечается динамический характер единицы знаний – концепт превращается в единицу смысла. Отмечается способность концепта изменять свое содержание и указывается довольно жесткое условие осмысленности концепта: «выражение считается осмысленным для определенной системы, если и только если соотносимая с выражением концептуальная структура интерпретируется на множестве ее концептов». Необходимо отметить, что концептуальная картина мира, созданная в процессе познания окружающей действительности, отличается от виртуальной картины мира. Об ее особенностях речь пойдет чуть позже⁵⁸.

Н.Н. Болдырев отмечает, что ситуативные концепты являются результатами работы различных когнитивных механизмов, таких как профилирование, перспективизация, сравнение, концептуальная метафора и концептуальное сравнение. В связи с задействованностью языковых механизмов в коммуникации ситуативные концепты также возникают и в процессе порождения речи. Обработывая полученную информацию, индивид использует механизмы номинации, вербализации, образования грамматических и синтаксических

⁵⁸ Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Языки рус. культуры, 1999. 896 с. ; Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с. ; Болдырев Н.Н. О метаязыке когнитивной лингвистики: концепт как единица знания. С. 23–32.

структур, новых слов. Содержание и структура таких концептов часто отражает способы накопления, систематизации и когерентизации знаний о мире⁵⁹.

В работе также отмечается, что разделение статического и динамического аспекта, свойственное лингвистическим и психологическим направлениям исследований в последние 20–30 лет, привело к констатации следующих особенностей концептов – обусловленность контекстом и динамичность, понимаемая как способность к образованию категорий и бесконечных репрезентаций. Но если сопоставить приведенные термины на английском языке и их интерпретацию, то вполне возможным представляется расширить понимание контекстуальной обусловленности и динамизма.

В цитате перевод дан следующим образом: «... в соответствующей трактовке концептуальных единиц знания в современных работах зарубежных психологов, приписывающих концептам такие характеристики, как контекстуальная обусловленность (*conceptual processing is situated*), с одной стороны, и динамичность (*not fixed static structures*) – с другой. Контекстуальная обусловленность в таком случае свидетельствует об обусловленности процесса концептуализации коммуникативной ситуацией (*conceptual processing is situated*), включающей помимо контекста еще и экстралингвистические характеристики, тоже оказывающиеся свое влияние на получившиеся в результате концепты. А динамичность подразумевает нефиксированность статичных структур (*not fixed static structures*), что может также означать подвижность элементов структур знаний, их способность устанавливать взаимосвязи и одновременно образовывать целое в виде совокупной единицы более высокого порядка»⁶⁰.

Следующее утверждение свидетельствует скорее о прикладном понимании лингвистических процессов, когда проявления динамики трактуются с позиций теории информации: понятия долговременной и кратковременной памяти соотносятся с процессами оперативной обработки информации – восприятие, отражение объекта, кратковременная память, и долговременной обработки –

⁵⁹ Болдырев Н.Н. О метаязыке когнитивной лингвистики: концепт как единица знания. С. 23–32.

⁶⁰ Barsalow, L.W. Grounding Knowledge in the Brain's Modal Systems. P. 6.

мышление, язык, долговременная память. Цитата: «В частности, Л. Барсалоу отмечает, что концептуальная система человека содержит категориальное знание, которое служит основой как для процессов динамической обработки информации (online processing): восприятие, категоризация, инференция, действие, – так и для процессов долговременной ее обработки (offline processing): память, язык, мышление»⁶¹.

Но, следуя логике той же теории информации, такое сравнение учитывает структуры памяти, но никак не процессор. Если продолжить аналогию, то концепты в рассмотренной нами трактовке представляют собой данные, полученные в результате обработки и осмысления сенсорных ощущений. Это понимание подходит и для тематических, и для ситуативных концептов – осмысленные данные сенсорных рецепторов. Но командам или инструкциям в теории информации соответствуют способы форматирования смысла или, точнее, структурирования полученных знаний с целью верификации и встраивания в существующую концептуальную систему.

Выделение слотов, фреймов, пропозиций, категорий, матриц, схем и подобных ментальных образований является со стороны человеческого сознания способами обработки и осмысления поступающей сенсорной информации, формирования ее в соответствии с привычными для конкретного индивида или сообщества правилами осмысления мира. Это могут быть механизмы осмысления, которые действуют в момент создания как ситуативных, так и тематических концептов. Но данные механизмы также должны храниться в памяти индивида в виде концептов, но с иным содержанием – инструкций по обработке поступающих данных или целостных образов концепта, в соответствии с которым выстраиваются новые единицы знаний. Последняя структура может быть универсальной для единиц знания любого порядка. Для удобства различения типов концептов будем называть такие концепты структурными.

Итак, помимо тематических и ситуативных концептов в сознании человека присутствуют структурные концепты, хранящие знания о последовательности

⁶¹ Цит. по: Болдырев Н.Н. Категориальная система языка: когнитивный подход. С. 52–67.

действий при получении и обработке сенсорных ощущений. Выделяются два типа таких концептов: структурный концепт-алгоритм действий и структурный концепт-образец единицы знания. **Концепт-алгоритм подразумевает последовательность действий при получении сенсорных ощущений по их обработке и создании законченной, целостной единицы знания – образа предмета, объекта, субъекта.** В последовательность таких действий входит идентификация объекта в действительности, различение и соотнесение отдельных признаков с уже имеющимися концептами, определение значимых в данной ситуации и интерпретация в соответствии с концептуальной картиной мира. Создание такой единицы знаний более соответствует операции синтеза знаний и используется при создании образа вновь изучаемых предметов или явлений окружающего мира.

Концепт-образец в свою очередь ближе операции анализа: при поступлении сенсорных ощущений происходит процесс наложения ментальной структуры-образца на совокупность поступающих сигналов и соотнесение отдельных характеристик изучаемого объекта с имеющимся набором свойств, распределенных по различным составляющим этой структуры. Наглядно представить такую структуру в упрощенном виде позволит модель фрейма. В ней по слотам или, в прикладной интерпретации, регистрам распределяется информация об отражаемом объекте, сопоставляется с набором соответствующих тому или иному слоту характеристик, выбирается наиболее приемлемый вариант и исследуемый предмет в реальности получает соответствующий ему ментальный образ.

Необходимо отметить, что полученный в итоге образ в полной мере обладает целостностью, потенциалом к репрезентации и синтезу новых образов, но при идентификации и осмыслении объекта отражаются и осознаются не все его свойства, существующие в реальности. Причем ограниченность восприятия не всегда объясняется возможностями сенсорных органов, чаще всего определение и осмысление свойств предмета происходит в зависимости от их актуальности в ситуации, сопутствующей осознанию. На выбор, осознанный или нет, в первую

очередь оказывают влияние различные факторы, которые могут иметь отношение к ситуации в реальной действительности, а могут и не иметь. Именно о наличии в рассматриваемой ситуации факторов, различных по значению для индивида, говорил американский типолог Л. Талми⁶², противопоставляя тему и рему, фигуру и фон. В то же время, отмечая принципиальную нежесткость позиций – переход темы в рему и наоборот, в зависимости от развития коммуникативной организации текста или дискурса, Л. Талми указывал на первичность фигуры, события по отношению к процессу и фону.

Коммуникативное оформление процесса осмысления задействует лингвистические и экстралингвистические факторы, участвующие в создании концепта. Их участие распределяется так: лингвистические факторы – вербальное общение создает на основе уже существующих знаков, участвует в формировании структуры концепта, его «встраиваемости» в существующую концептуальную картину мира, а экстралингвистические факторы оказывают непосредственное влияние на отбор свойств, характеристик, параметров объекта отражения. Решающими могут быть такие факторы, как намерения говорящего и слушающего, актуальность тематики, обстановка, время и место коммуникации или продуцирования текста, стороннее коммуникативное воздействие сопутствующих текстов или дискурсов.

Таким образом, становится понятным отличие всех трех типов концептов, их особенности в зависимости от функции в процессе осмысления. Тематический концепт – это результат вторичного осмысления действительности, воплощающий накопленный опыт в определенной сфере человеческой деятельности; ситуативный концепт – первичный результат осмысления сенсорных ощущений, обусловленный контекстуально и ситуативно; структурный концепт – алгоритм действий по осмыслению тематических и ситуативных концептов, включающий формы осмысления или порядок действий в его процессе, на любом уровне протекания этого процесса – что при создании

⁶² Talmy L. Force Dynamics in Language and Cognition // Cognitive Science. 1988. Vol. 12. P. 49–100.

операционных концептов, что при вторичном соединении их в сложные концептуальные образования.

Н.Н. Болдырев говорит о языковых способах форматирования смысла, но структурные концепты могут включать и невербальные способы, как вспомогательные или отдельные процессы, вполне возможно протекающие на бессознательном уровне. Последнее относится к сфере исследований психологии и не представляет особого интереса для настоящего исследования, хотя отдельные проявления могут оказывать влияние и на формирование концептов того или иного типа.

Наличие структурных концептов указывает на существование еще одного направления когнитивных исследований, помимо тех, на которые справедливо указывал Н.Н. Болдырев – исследования тематической концептуальной сферы и ситуативной, операционной, чья конкретика обуславливается наличием контекста и коммуникативной ситуации. Структурные концепты представляют собой не механизм, но алгоритм, последовательность каких-либо действий, остающейся неизменной какое-то время или получающей дополнительные изменения по мере поступления дополнительных сведений относительно отражаемого объекта и осмысленного опыта. Механизм представляет собой сам процесс передачи концепта в речи, в высказывании – воплощение смысла⁶³.

Концепт-алгоритм представляется нам более гибким, мобильным ментальным образованием, изменяющимся и позволяющим моделировать сенсорные ощущения в совокупности, а после придавать им подходящую форму для интеграции в концептуальную систему. При коррекции содержания концепта и вторичном осмыслении возможно использование одного и того же структурного концепта, в то время как поступающие сенсорные ощущения могут дополнять или

⁶³ Болдырев Н.Н. Категориальная система языка: когнитивный подход. С. 52–67 ; Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения. 153 с. ; Чувакин А.А. Интернет-коммуникация... С. 385–396.

уменьшать содержание концепта, менять его структуру в зависимости от накопления опыта или его верификации⁶⁴.

Условно выделенные концепты можно разделить на содержательные и формальные. К содержательным концептам можно отнести тематические и операционные концепты, к формальным – структурные концепты. Содержательные концепты возникают в процессе накопления данных о действительности, формальные концепты структурируют, упорядочивают и организуют полученные в результате обработки сенсорной информации концепты в единицы более высоких порядков и устанавливают взаимосвязи между ними. При таком разделении вполне объяснимым становится наличие свойств целостности и композиционного восприятия. Целостность или когерентность реализуется как на уровне мельчайшего, неделимого, атомарного концепта, так и на уровне всей концептосферы человека. Наличие композиционной структуры логично объясняется наличием составных единиц знаний, их категоризации и установления системы связей между ними, которая сообщает целостность всей концептосфере.

Выводы по главе 1

Согласно приведенным положениям, эвокация – это категория дискурса, обозначающая коммуникативный процесс, оперирующий информационными концептами при преобразовании объекта в продукт эвокации. Будучи также категорией медиатекста эвокация описывает отношение к действительности и предполагает наличие у них эвокативности или репрезентирующего свойства, а также способности сохранять единство и внутреннюю структуру связей между информационными концептами в продукте эвокации при его взаимодействии с другими структурами знаний.

⁶⁴ White H. «Michel Foucault» in Structuralism and Since: From Levi-Strauss to Derrida. New York: Oxford, University Press, 1979. 268 p.

Коммуникативная эвокативная деятельность включает несколько предметных и процессуальных компонентов – объект, средства, продукт и сам процесс эвокации. Объектом эвокации является отражаемая речевым произведением реальность в совокупности коммуникативных, текстовых, семиотических, мыслительных и познавательных частей. Средствами эвокации будут являться те языковые, когнитивные, контекстуальные, семантические, визуальные, метрические и другие средства репрезентации конкретных объектов реальности в концепты. Использование полученных в ходе репрезентативных преобразований концептов в речи превращает отражаемую реальность в продукт эвокации – дискурс, текст, репрезентирующий собственную реальность.

Эвокация в качестве категории текста способствует вызыванию в памяти образов и формирует дискурсивную реальность. В процессе эвокации и при эвокативном моделировании происходит обращение к хранящимся в памяти образам, фоновым и смежным с ними единицам знаний в когнитивной базе коммуниканта и реципиента информации. Медиадискурс наиболее показателен в данном аспекте, поскольку при продуцировании любого медиатекста происходит обращение к имеющимся у реципиентов знаниям, добавление к ним новой информации и включение в формируемую текстом реальность новых элементов, имеющих в представлениях автора дискурса и потенциально присутствующих в картине мира реципиентов целевой аудитории.

Учитывая быстрое распространение информации в медиадискурсе, объектом эвокации в нем становится не один концепт, но целый кластер или концептуальная область, которая объединена одной темой и обладает свойством когерентности и адекватности относительно отражаемого события.

Эвокативность сообщает дискурсу концептуальную, фреймовую, сценарную завершенность содержания сообщения, предполагает наличие в том числе апеллятивов к концептам и категориям матрицы коллективного сознания и использование их в качестве конститутивных элементов при реализации коммуникативных стратегий и интенций коммуникантов. Медийными эвокативными средствами может быть ряд стилистических, жанровых,

лексических, интонационных, мелодических, синтаксических, грамматических средств, а также набор графических, визуальных, видеоэффектов, рассчитанных на визуальное оформление контента и привлечение реципиентов.

Таким образом, эвокация непосредственно связана с репрезентацией реального мира в дискурсе, в случае медиадискурса – с воплощением эвокативных продуктов в виртуальной реальности. Поэтому актуальным для настоящего исследования будет рассмотрение процесса познания в виртуальном пространстве, общих и специфических характеристик Интернет-пространства, в котором непосредственно воплощается новостной медиадискурс, а также особенностей пребывания и функционирования человеческого сознания в виртуальной среде. Все перечисленные явления необходимо рассмотреть в коммуникативном аспекте, а значит, с учетом ментальной реальности, в которой формируются концепты и концептуальные области.

Процессы познания реального и виртуального мира имеют прямое отношение к эвокации, поскольку именно психика человека создает свою особую ментальную реальность, в которой в виде концептов хранятся знания об окружающем мире. В свою очередь, в образах ментальной реальности репрезентируется дискурс. Способность к репрезентации реальности является биологической функцией психики, без которой было бы невозможно ни отражение окружающего мира как такового, ни мышление, ни речь, без которой невозможен никакой дискурс, ни формирование и осознание целостной картины мира.

В связи с вышеизложенными положениями необходимо отметить, что освоение Интернет-пространства, являющегося вторичным по отношению к реальности, имеет свои трудности. Интернет-пространство, или виртуальность воспринимается человеком в качестве константной, когерентной, но неполной реальности. Важным условием постижения виртуальности является исчезновение ощущения нахождения в Интернет-пространстве. То же самое релевантно и для медийного дискурса, развернутого в виртуальности. При осмыслении отдельных фрагментов виртуальности происходит подсознательное, автоматическое

присвоение того «я-образа», который был получен в момент вхождения в интернет-пространство (ник, коммуникативный стиль, навык использования виртуального инструментария и так далее).

Человек может не осознавать этого перехода, но начнет поступать в Интернет-пространстве иногда совершенно не свойственным ему образом. Подобное состояние не свидетельствует о наличии каких-то тектонических сдвигов в структуре личности, но обозначает новые умения и навыки, способности и возможности человека. Часто проявляются некие свойства личности, которые не могут быть обнаружены при взаимодействии с реальными объектами. При достаточно продолжительном освоении виртуальной реальности она становится своеобразным продолжением его физического тела, приумножает его возможности и добавляет дополнительные функции.

Виртуальное медийное пространство, или Интернет-медиадискурс большей частью оформлен вербально, печатные, аудио- и видеоматериалы передают информацию в виде дискурса, а тексты постоянно сопровождают информацию. Виртуальный мир познается человеком через выделение объектов, предметов, свойств, характеристик, установления связей и закономерностей взаимодействия между ними. Однако это часть работы сознания в виртуальности, поскольку когерентное понимание мира и формирование его общей картины включает не только отражение, концептуализацию и категоризацию предметов, но и установление закономерностей дискурсивной динамики в изменениях отражаемых объектов, их взаимодействия и взаимного воздействия.

Место эвокации среди перечисленных когнитивных процессов – вызывание в памяти при отражении схожих предметов и объектов, категоризация и концептуализация полученных знаний в совокупности с имеющимися в памяти. Эвокация становится также необходимым условием когерентного восприятия мира, поскольку обеспечивает встраиваемость новых знаний в концептуальную картину мира, а также осознание воспринимающим окружающего мира.

Картина мира, сформированная на основе знаний, почерпнутых из виртуальности и реальности, состоит из тематических, ситуативных, структурных

концептов, сочетание которых позволяет создавать новые единицы знаний, последовательности действий с ними и обрабатывать полученные сенсорами данные. В ходе исследования мы обнаружили две разновидности таких концептов: концепт-алгоритм и концепт-образец действий. Первый тип обозначает последовательность действий при получении ощущений и их обработке, создании когерентной картины мира. Такими действиями являются: идентификация объекта, различение и установление отдельных признаков, определение значимых, а также интерпретация в соответствии с концептуальной картиной мира реципиента. Получается воспроизведение операции синтеза.

Концепт-образец соответствует операции анализа: при накоплении знаний от сенсоров происходит процесс наложения ментальной структуры-образца на совокупность поступающих сигналов, соотнесение с имеющимися концептами, распределенными по различным составляющим имеющейся картины мира. Наглядным примером результата такой операции является фреймовая модель знания. Полученный образ обладает потенциалом к репрезентации и синтезу новых образов, однако при идентификации и осмыслении объекта виртуальности осознаются не все его свойства, существующие в реальности.

ГЛАВА 2. ЭВОКАТИВНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕДИАДИСКУРСА В ИНТЕРНЕТЕ

В данной главе рассматривается информационный концепт, его признаки, структура и типология; концептуальная сфера Интернет-медиадискурса репрезентирована в компонентах когнитивной матрицы. Матрица коллективного сознания представлена в компонентах коллективного сознания и типах информационных концептов. Содержательные компоненты МКС соответствуют следующим параметрам: «территория», «время» или «исторический момент», «этнос», «политическая и экономическая ситуация», «творчество» и «информационное пространство», формальные компоненты – типам информационных концептов.

2.1. Медиадискурс и методология его исследования

Дискурсивный подход наиболее оправдан для описания столь сложного и многоаспектного явления, как массовая коммуникация, создающая особое коммуникативное пространство. Многоаспектный феномен массовой коммуникации продуцирует сферу информационного обмена множества индивидов, которые используют означенное пространство для получения, дополнения, систематизации, верификации имеющейся у них информации, а также для формирования целостного представления о тех или иных событиях. В информационном пространстве, формируемом масс-медиа, к которым прибавился Интернет как одно из самых эффективных и распространенных на сегодняшний день средств массовой коммуникации, индивиды получают знания о различных аспектах общественной и частной жизни, об окружающем мире и других людях. Все это в совокупности определяет информационную осведомленность и обеспечивает трансляцию собственных представлений об актуальных событиях, о

реальном мире, нормах, проблемах, перспективах развития отдельной ситуации и так далее⁶⁵.

Самой важной функцией коммуникативного пространства медиадискурса является концептуализация, категоризация жизненного опыта индивида, его структурирование и когерентизация через верификацию со сведениями, представлениями, оценками других людей, с коллективно полученными и накопленными знаниями, нормами, выработанными социумом на протяжении многих веков существования. Поэтому описание комплексного феномена массовой коммуникации, получившего свое материальное воплощение благодаря изобретению Интернета и существованию виртуального пространства, в полной мере возможно при помощи дискурсивного подхода, который обеспечивает решение ряда исследовательских задач вне зависимости от рассматриваемого аспекта. Необходимо отметить, что исследование массовой коммуникации является довольно развитым направлением научных исследований и насчитывает несколько методик изучения этого феномена.

Классический подход к исследованию масс-медиа был разработан Г. Лассуэллом, который изучил массовую коммуникацию в различных видах анализа: рассмотрение коммуниканта и управления информацией, анализ контента, целевой аудитории, канала и эффективности коммуникации⁶⁶. Возникшие исследовательские противоречия и проблемы было предложено интерпретировать через интенции участников коммуникации (автора, актора, адресанта), которые задают тематику, содержание сообщений, выбор канала, способ декодирования и создания ответного сообщения. Таким образом, любая исследовательская проблема разрешалась исключительно с позиции коммуниканта, без учета языковых особенностей и факторов передаваемого

⁶⁵ Ball S. Foucault and Education: Disciplines and Knowledge. London ; New York: Routledge, 1991. 370 p. ; Beacco J.-C., Darot M. Analyses de discours: lecture et expression. Hachette / Larousse, 1986. 176 p. ; Brown G., Yule G. Discourse Analysis. Cambridge, 1983. 378 p. ; Deleuze G. Foucault. Paris : Decouverte, 1986. 220 p. ; Lyons J. Language, Meaning and Context. London ; Glasgow, 1981. 256 p. ; McDonnell D. Theories of discourse. Oxford, 1986. 118 p. ; Wodak R. Gender and Discourse. Sage Publications, 1997. 294 p.

⁶⁶ Lasswell H.D. Power and Personality. New York, 1948.

сообщения, без привлечения исследовательских данных о коммуникативной ситуации и многом другом.

Хотя научное знание, получаемое в соответствии с таким принципом исследования, все же учитывает, как справедливо отмечает Е.А. Кожемякин, особенности кода сообщения и ожиданий аудитории, которые часто определяют интенции коммуниканта, в тем большей степени, чем сильнее он зависит от нее. Часто присутствуют сознательные или подсознательные воплощения не авторской, но аудиторной интенций, о которых коммуникант может догадываться или выдвигать свои предположения⁶⁷.

В традиционных исследованиях массмедиа, следующих в русле учения Г. Лассуэлла, существенным недостатком, по мнению многих ученых (М. Талбот, Е.А. Кожемякин, И.А. Мальковская и др.), является преувеличение роли коммуниканта в процессе массовой коммуникации, который предстает «медиа-демиургом», направляющим коммуникацию в соответствии со своими планами и целями. Коммуникант оказывается вне процесса коммуникации, что противоречит одному из положений дискурсивного подхода, который предусматривает вовлеченность автора высказывания в динамику коммуникативного процесса, без участия которого невозможен обмен информацией, сообщениями, репликами. Более того, мена коммуникативных ролей в речевом дискурсивном процессе невозможна при вынесении коммуниканта-инициатора общения «за скобки» коммуникации. Воля и выбор коммуниканта не являются определяющими для коммуникативного процесса в медиадискурсе, в котором присутствует множество факторов, не зависящих от его интенций⁶⁸.

⁶⁷ Кожемякин Е.А. Дискурсивный подход к изучению институциональной культуры. Белгород: Изд-во БелГУ, 2008. 243 с. ; Его же. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 12, вып. 6. С. 13–21.

⁶⁸ Кожемякин Е.А. Дискурсивный подход к изучению институциональной культуры. 243 с. ; Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М.: ЛКИ, 2008. 240 с. ; Талбот М. Голографическая Вселенная. М.: София, 2004. 368 с.

Передача смыслов по задуманному коммуникантом плану не всегда достигает адресата и часто интерпретируется им неоднозначно. Реципиент, участвующий в коммуникации, будь это отдельный, единственный адресат или один из множества представителей целевой аудитории, воспринимает информацию не полностью, а с неизбежными потерями смысла. На восприятие и осознание информации могут оказать влияние различные факторы: языковые, лингвистические и экстралингвистические, а также коммуникативная ситуация, внешние характеристики канала коммуникации и др.

Эвокативный подход также позволяет избежать названной выше ошибки традиционного подхода к исследованию медиадискурса: разделение субъекта эвокации на коммуниканта и реципиента позволяет избежать вытеснения коммуниканта за рамки коммуникации даже при условии целенаправленного ведения и контроля за коммуникативным процессом. Коммуникант и реципиент влияют на коммуникативный процесс, даже если передаваемые сообщениями смыслы могут быть кодированы и интерпретированы превратно. Чаще всего исследованиями причин, побудивших коммуниканта определить смыслы, выбрать код и канал передачи информации, а также намерение управлять коммуникацией, занимаются медиаисследователи. Однако инициация коммуникации на заданную тематику, поддержание ее в определенном формате и реализация некоторых коммуникативных целей вполне возможны в качестве объекта исследования, но интенция коммуниканта не охватывает этот процесс полностью.

Коммуникативистика не занимается изучением названных причин, поскольку исследователи данной сферы относят их к предмету и объекту социологии, психологии, психолингвистики, когнитивной лингвистики и других дисциплин. Необходимо отметить, что специфика изучаемого явления предполагает междисциплинарный исследовательский процесс, поаспектно раскрывающий суть описываемого феномена. Поэтому для настоящего исследования классический методологический подход не совсем приемлем, поскольку освещение эвокативных процессов в медиадискурсе требует рассмотрения изучаемого явления с позиций различных научных отраслей:

когнитивной лингвистики, коммуникативистики, дискурсивной лингвистики, лингвистики текста, виртуалистики, компаративистики и иных областей знаний, позволяющих достаточно точно и полно описать исследуемый феномен.

Очевидно, что классический подход к исследованию медиа не ставил целью изучить языковые процессы при создании медиатекстов и дискурсов, способы и закономерности конструирования смыслов, то есть лингвистические и когнитивные аспекты функционирования медиадискурса. Многие исследователи (Е.Л. Вартанова, Л.М. Землянова, Е.А. Кожемякин, Г. Лассуэлл, М. Талбот, Н. Фэркло и др.) отмечают, что **медиадискурс – это динамичный коммуникативный процесс, реализующийся в определенном смысловом поле взаимосвязей между отдельными когнитивными структурами всего корпуса медиатекстов**. В то же время медиадискурс все же является системой, а не набором слабо связанных друг с другом элементов, и представляет единое целое – полноценный тип дискурса, обладающий когерентностью в качестве неотъемлемого свойства всех завершенных и способных самостоятельно функционировать объектов информационного пространства⁶⁹.

Составные части этой когерентной системы (концептуальные единицы или отдельные тексты) связаны друг с другом не столько «механической», грамматической, метонимической связью, сколько способом создания смыслов или концептуальными приемами мышления в рамках данного типа дискурса. Сформированные в процессе становления данного типа дискурса макроправила определяют все возможные способы построения речевых произведений в медиадискурсе, а также способ развертывания коммуникативного процесса. Когнитивные, познавательные процессы в рамках медиадискурса также имеют свои особенности: концептуализация, категоризация и когерентизация учитывают макроправила данного дискурса, чтобы создаваемые в итоге концепты и категории могли взаимодействовать с уже существующими элементами медиадискурса – медиатекстами.

⁶⁹ Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации. 416 с.

Эвокативный подход учитывает также одну из важных особенностей медиадискурса, о которой говорят современные медиаисследователи, – совмещение автора и реципиента в коммуникативном процессе при восприятии, осознании и переработке информации в медиатекстах. Коммуникант в медиадискурсе инициирует общение, изначально моделирует и направляет коммуникацию согласно своим интенциям и представлениям о потенциальном или реальном реципиенте информации. Но в то же время при передаче сообщения коммуникант сам воспринимает его, оценивает «со стороны» и, если есть возможность, корректирует его в соответствии со своими целями или вновь открывшимися в ходе коммуникативного процесса обстоятельствами общения.

Рассмотрение объекта коммуникации в эвокативном контексте позволяет избежать чрезмерной абсолютизации адресанта и адресата сообщений, поскольку эвокативный подход к коммуникации подразумевает разделение единого объекта по определенному коммуникативному критерию, в качестве которого может выступать интенция автора сообщения, его ожидания или ожидания реципиента (целевой аудитории), тема и рема сообщения, код и язык, на котором составляется сообщение, а также многие другие коммуникативные, лингвистические и экстралингвистические факторы. Е.А. Кожемякин пишет о различных эффектах, получаемых от одного и того же сообщения, созданного на основе одного и того же кода одним и тем же автором в зависимости от целевой аудитории и средства или канала подачи информации; отмечает, что причины следует искать в intersubъективных способах создания знания в отдельном семантическом поле и концептуальном контексте определенного дискурса⁷⁰.

Действительно, с позиций когнитивной лингвистики, а точнее когнитивной семантики, процесс смыслопорождения и смыслообразования непосредственно зависит от когнитивных характеристик, особенностей рассматриваемого дискурса. Существующие в дискурсе макроправила (Т. ван Дейк, М.Л. Макаров) распространяются также на способы передачи и порождения новых типов концептов, схем, сценариев и фреймов в особом пространстве, наполненном

⁷⁰ Кожемякин Е.А. Дискурсный подход к изучению институциональной культуры. 243 с.

медийной семантикой. Нарушение упомянутых правил ведет к сбоям в процессе коммуникации в данном типе дискурса, непониманию, или препятствует полному или частичному осознанию реципиентом получаемого сообщения вне зависимости от кода, который может быть совершенно понятен⁷¹.

Исследовательские установки классического подхода подразумевают статичное состояние изучаемых компонентов медийной коммуникации, на которые «раскладывается» продукт массмедиа. Перед началом исследования продукта медийной коммуникации априори предполагается, что коммуникант имеет совершенно четкое представление о собственных интенциях, у целевой аудитории есть ожидания, которые не осознаются в процессе получения сообщения, но определены заранее, причем именно в отношении данного сообщения, у кода сообщения, языка совершенно отсутствует полисемия или многозначность, не говоря уже о сопутствующих коннотативных смыслах, а отличительные особенности канала передачи информации жестко детерминируют восприятие и интерпретацию получаемой их посредством информации. Считается, что для создания когерентного образа описываемого сообщением события у целевой аудитории достаточно особым образом сформулировать фактическую информацию, настроить канал передачи и ждать, что у реципиента появится запланированный образ события. Прогнозирование оценочной реакции реципиента на основании учета вышеперечисленных составляющих медийной коммуникации представляется довольно сложной задачей.

Таким образом, классический подход к медиаисследованиям демонстрирует изучение линейной коммуникации, полностью зависимое от анализа продукта коммуникации. Подобная исследовательская презумпция не противоречит дискурсивному подходу, но и не отражает его в полной мере, равно как и не учитывает динамические коммуникативные аспекты медиадискурса, но лишь статику в виде медиатекстов. Причем ряд статичных продуктов медиадискурса не исчерпывается исключительно медиатекстами, анализу которых целиком и

⁷¹ Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. 308 с.; Макаров М.Л. Основы теории дискурса. 280 с.

полностью посвящены медиаисследования, но включает такие явления, как медийные концепты, семантические поля, паттерны медийного поведения, сценарии и фреймы, макро- и микроправила протекания коммуникативных процессов и многие другие коммуникативные, лингвистические или экстралингвистические феномены и явления.

Подобная направленность исследований объясняется стремлением анализировать медийный коммуникативный процесс в линейном виде, исходя из результата коммуникации, отдельной статичной точки в динамичном дискурсе, не исчерпанном одним речевым произведением. Если учесть тот факт, что после восприятия, осознания и оценки поступившего сообщения целевая аудитория способна создать еще неопределенное количество текстов, продолжить коммуникацию не только в виде производных медиатекстов, но и в виде передачи сообщений через поведение, правила и способы формирования знаний о мире – концептуализацию, категоризацию и так далее, то корпус медиатекстов увеличивается в разы.

Дискурсивный подход предполагает изучение медийных коммуникативных процессов в динамике. Линейность исследований часто объясняется потребностью ученых-медиеведов в причинно-следственной объяснительной связи между явлениями, которая наиболее убедительным образом, видимо, выстраивается лишь в статичном медиатексте. Процессы создания знаний (концептуализация, категоризация и так далее) происходят при восприятии медийной информации, то есть в ходе коммуникации. Представления о сообщаемом событии формируются при осознании получаемого сообщения, сначала осознается фактологическая информация – участники, место, время, последствия. Когерентизация или резюмирование фактов о событии происходит при осознании результата описываемых сообщением действий, далее процесс осознания продолжается, и появляются оценочные смыслы, позволяющие встроить полученный образ в имеющуюся у реципиента картину мира. Оценить эффективность воздействия сообщения исключительно по первичному продукту медиадискурса невозможно – требуются производные, вторичные медиатексты,

которые непосредственно будут относиться к первичному тексту и содержать метаинформацию, суждения оценочного характера от представителей целевой аудитории.

Е.А. Кожемякин отмечает, что сложные когнитивные типы знаний (образы, мифы, идеологии) формируются непосредственно в коммуникативном процессе. Сложные концепты создаются в качестве отсроченных во времени/пространстве эффектов медийной коммуникации, и представляют собой конгломерат информации коммуниканта (фактическая информация, личные предпочтения и оценки, редакционная политика), синтеза актуальных для затронутой тематики коллективного семантического поля, представленного в смысловом медийном пространстве, а также индивидуального опыта реципиента. Далее упомянутый исследователь говорит об «элементарном знании», временных когнитивных единицах, которые помогают понять и осознать сообщение, но исчезают, как только заканчивается отдельное коммуникативное событие. Элементарные знания используются только в конкретном коммуникативном событии, а потом стираются из памяти коммуникантов, но их краткого присутствия в сознании реципиента достаточно, чтобы семантически наполнить массмедийное коммуникативное событие, а также создать потребность в контактах с масс-медиа⁷².

Не совсем ясно, каким образом исчезнувшие из сознания реципиента элементарные когнитивные структуры могут создать такую потребность, скорее всего речь идет о новых когнитивных структурах, сформированных во время осознания сообщения и встроенных в картину мира реципиента. Это происходит, вполне возможно, на подсознательном уровне, поскольку существует потребность в обращении к массмедиа, что может свидетельствовать о потребности дополнить полученную ранее информацию новыми сведениями. И на основе этих элементарных когнитивных структур создаются более сложные единицы знания, обладающие когнитивно-ценностными характеристиками. С подобной позиции

⁷² Кожемякин Е.А. Дискурсный подход к изучению институциональной культуры. 243 с. ; Его же. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. С. 13–21.

медиадискурс воспринимается или расценивается в качестве когерентного коммуникативно-когнитивного процесса, порождающего смыслы, а не в виде работы сознания под воздействием медийного импульса⁷³.

Из всего многообразия существующих научных точек зрения на медиадискурс наиболее интересной и подходящей для формулировки методологических принципов его изучения является следующая: любой тип дискурса может быть реализован в поле массовой коммуникации при учете и соответствии макроправилам его построения. В отличие от представления о медиадискурсе как о специфической речемыслительной деятельности, существующей исключительно в медийном семантическом поле, упомянутая позиция фиксирует производимый средствами массовой информации информационный континуум, в котором может быть развернут дискурс любой социально обусловленной тематизации.

Таким образом, медиадискурс – это сознательная, тематически обусловленная речемыслительная деятельность в медийном информационном континууме, подразумевающим наличие соответствующего семантического наполнения, микро- и макроправил построения коммуникации, когнитивных практик создания, передачи и интерпретации знаний. Основной отличительной чертой медиадискурса является трансформация фактологической, оценочной и субъективной информации в медиатекст, доступный и понятный большому количеству реципиентов, принадлежащих к различным слоям и стратам общества, владеющим различными языковыми кодами и так далее. В медиадискурсе над информацией производится ряд когнитивных операций: концептуализация, преобразование фактической информации в смыслы, перевод знания с одного уровня понимания на другой, синтезирование знаний различных форм и

⁷³ Кожемякин Е.А. Дискурсный подход к изучению институциональной культуры. 243 с. ; Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. 240 с. ; Талбот М. Голографическая Вселенная. 368 с.

содержания, среди которых присутствует и уникальное, свойственное исключительно медийному дискурсу, знание⁷⁴.

Анализ медиадискурса и медиатекстов, взаимодействующих в медийном информационном пространстве, предусматривает изучение когнитивных способов образования знания в рамках медиа, протекания коммуникативных процессов и роли медиа в формировании социально значимых контекстов. Дискурсивное рассмотрение медиадискурса позволяет расфокусировать внимание исследователей, сосредоточенное исключительно на психолого-социальных аспектах медийной речевой деятельности, и переориентировать их на его коммуникативные, языковые и когнитивные характеристики.

Исследователи, которые ставят проблему именно в таком ракурсе, отмечают наличие институциональных черт в современном медиадискурсе. Т.Г. Добросклонская отмечает функциональную обусловленность медиадискурса⁷⁵. Изучая способы трансляции информации на массовую аудиторию, говорят о наличии неких правил построения информации, показывающих, что и как должно быть сформулировано, подано и интерпретировано. Е.А. Кожемякин вслед за М. Фуко и Н. Фэркло говорит о взаимосвязи медиатекстов, выстраивающих медиадискурс по определенным нормам репрезентации действительности. Значит, сформированы и действуют четкие правила иницирования и развития социокультурно обусловленных тем в информационном пространстве

⁷⁴ Борчиков С.А. Метафизика виртуальности. М.: , 2000. 49 с. ; Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. 335 с. ; Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Рус. словари, 1997. 412 с. Калмыков А.А. Медиалогия Интернета. М.: Либроком, 2013. 272 с. Землянова Л.М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. 271 с. ; Ее же. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М.: Медиа Мир, 2012. 187 с. ; Карасик В.И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград ; Архангельск : Перемена, 1996. С. 3–16 ; Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис : Прогресс, 1992. 272 с. ; Его же. Внутри мыслящих миров // Семиосфера. СПб.: Искусство-СПб, 2000. С. 150–391 ; Его же. О моделирующем значении понятий «конца» и «начала» в художественных текстах // Там же. С. 427–429 ; Его же. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки рус. культуры, 1996. 464 с. ; Его же. Текст как семиотическая проблема // История и типология русской культуры. СПб.: Искусство-СПб, 2002. С. 158–221 ; Его же. История и типология русской культуры. СПб.: Искусство-СПб, 2002. 768 с.

⁷⁵ Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации. Вестн. Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 20–33.

медиадискурса. Синтез и передача знаний о мире посредством медиадискурса выражается в совокупном, сложном когнитивном конструкте, содержащем фактические сведения о событии, коллективном знании относительно заявленной в сообщении темы и рем, и индивидуальном опыте реципиента в схожих с описываемыми в сообщении обстоятельствах⁷⁶.

Наиболее подходящим для исследования столь сложных когнитивных образований может стать метод на основе матричного анализа лексем, концептов, другими словами – контента. Получается метод, представляющий собой нечто среднее между когнитивным матричным анализом и контент-анализом. Матричный принцип анализа может быть использован не только для изучения отдельных, элементарных смысловых единиц, но для анализа отдельных сегментов медийного информационного пространства. Причем не только собственно первичных медиатекстов, но и связанных с ними вторичных текстов, также принадлежащих медиадискурсу, созданных не СМИ, но их читателями, слушателями, зрителями. Эти тексты, благодаря виртуальному пространству, позволяющему быстро и последовательно фиксировать реакцию реципиентов в виде текстов в Интернете, также доступны до восприятия.

Учет эвокационного методологического компонента в когнитивно-лингвистическом матричном анализе будет заключаться в возможности рассмотрения не только исходного медиатекста и конечного продукта эвокации, но также и эвокативных средств в зависимости от социокультурных компонентов матрицы. К тому же эвокация может быть реализована и через совместное использование показателей матрицы применительно к искусственно моделируемым эвокационным текстам, а также в процессе медийной коммуникации. Выделение, анализ эвокативного компонента, а также моделирование и создание медиатекстов и дискурсов на основе полученного знания о текущем состоянии медиадискурса и применения эвокативных средств, будет представлено в последующих пунктах работы. Настоящий раздел посвящен

⁷⁶ Кожемякин Е.А. Дискурсный подход к изучению институциональной культуры. 243 с. ; Foucault M. *DitsetEcrits* 1954–1988. Paris: Gallimard, 1994. V. 1–4 ; Idem. *Live: Interviews* 1966–1984. New-York, 1989. 290 p. ; Idem. *Reponse a' une question // Esprit*. Paris, 1968. P. 3–4.

методологии исследования и раскрывает различные способы методологического применения когнитивно-матричного анализа в медиадискурсе.

2.2. Признаки и структура информационного концепта

Информационное пространство большей частью оформлено вербально, печатные и аудиальные материалы передают информацию только в виде текста, а тексты и дискурсы сопровождают визуальную информацию. В информационном пространстве, таким образом, функционируют различные типы информационных концептов. **Информационный концепт является единицей передачи вербальной и невербальной информации в медийном пространстве.** Медийное пространство, в свою очередь, представляет собой совокупность областей информационных концептов, сконцентрированных и структурированных сообразно схожим концептуальным тематическим и семантическим признакам, а также согласно формальным и когерентным схемам. Являясь вторичным по отношению к реальности, виртуальное медийное пространство моделирует и продуцирует концепты и концептуальные области, по содержанию частично соответствующие реальности. Однако формально они выстроены так, чтобы иметь возможность образовывать когерентные концептуальные области, согласуя и komponуя передаваемую информацию в удобном для целостного и быстрого восприятия виде.

Исходя из характеристик виртуального пространства, представляем целесообразным выделить и рассмотреть следующие признаки информационного концепта:

1. Когерентность. Информационный концепт существует и функционирует в виртуальном пространстве наряду с другими концептами, имеющими схожую структуру и содержание. Когерентный концепт или концепт с гештальт-характеристиками способен сохранять когерентность, постоянство формы и содержания, одновременно не утрачивая способности создавать тематически связанные концептуальные области. В насыщенном информационными концептами виртуальном пространстве сохранение когерентности позволяет

донести до реципиента полный объем изначально заложенной информации без искажений и разрушения самого концепта. Сохранение когерентности в концептуальной области облегчает понимание как концепта в отдельности, так и всей концептуальной области, сохраняет ее идентичность и идентифицируемость среди других областей.

2. Валентность. Информационный концепт в виртуальном пространстве обладает способностью устанавливать взаимосвязь со сходными по содержанию и структуре концептами, формируя тематически, структурно и пространственно объединенные концептуальные области. Установленные таким образом отношения характеризуются тематической связностью концептов, расположенных в различных точках виртуального пространства. Характер связи невозможно сравнить с привлечением физических свойств предметов и сравнить, например, с передачей данных по оптоволоконному кабелю. Установление связи в виртуальности происходит по принципам схожести тематики и структуры, смежности в виртуальном пространстве, может быть опосредованным и непосредственным.

3. Тематическая обусловленность. Схожесть тематики позволяет установить связь с концептами, находящимися в различных точках виртуального пространства вне зависимости от концептуальной области, в которой концепт находится, и вне зависимости от расположения. Например, сообщения новостных агентств в Интернете могут затрагивать различные тематики и, помимо событий, происходящих в реальности, могут охватывать и специализированные темы, репрезентированные в концептах в текстах на различных сайтах. Структурная схожесть концептов выстраивает их в концептуальные области, объединяемые набором формальных признаков, частотностью их повторения. Такими признаками пользуются, к примеру, так называемые «поисковики», выделяя часто повторяющиеся элементы (слова, формулы, цифры, изображения, сочетание текстов и изображений и так далее), чтобы иметь возможность анализировать огромные массивы информации, выложенные в виртуальное информационное пространство Интернета.

4. Создавая подборки ссылок на схожие по структуре материалы, на основе критерия отбора по перечисленным выше элементам, поисковые сайты не всегда могут соотнести тематику, и чаще всего пользователю приходится осуществлять дополнительный отбор. Что касается опосредованности взаимосвязи между информационными концептами, то она может быть установлена непосредственно через тематическую и структурную схожесть, либо через смежность в виртуальном пространстве (например, нахождение текста на странице сайта и рекламного баннера). Опосредованная связь между информационными концептами устанавливается через гипертекстуальность в виде гиперссылок от одного информационного концепта к другому. Опосредованная гипертекстовая связь может осуществляться только при помощи тематических компонентов, через гиперссылки.

5. Мобильность. Виртуальное пространство существует непосредственно в коллективном бессознательном, но репрезентируется по-разному. До создания Интернета как глобальной сети воплощение виртуального пространства осуществлялось в литературе, изобразительном искусстве, музыке. Репрезентация информационных концептов осуществлялась в текстах, иллюстрациях и картинах, музыкальных и вокальных произведениях. Интернет является наиболее полным вариантом репрезентации виртуального пространства, поскольку включает в себя все перечисленные культурные сферы социальной жизни. Наиболее динамичными в процессе продуцирования концептов являются медиа. Создавая и преобразуя информационные концепты на основе событий, происходящих в реальности, медиа преобразуют пространство, активизируя статичные компоненты коллективного сознания, помещая события из реального мира в виртуальность. При этом статичные компоненты виртуального пространства, репрезентирующие матрицу коллективного сознания, активно участвуют в категоризации вновь сформированного информационного концепта. Информационный концепт может попасть в различные сочетания или пересечения таких компонентов в различных сегментах виртуальности и различных концептуальных областях. Репрезентируемое таким образом событие

может быть отражено в концептах во множестве точек виртуального пространства и не всегда одинаково. В описанном механизме репрезентации единиц знаний, преобразованных медиа в информационные концепты, проявляется еще один признак такого типа концептов – мобильность. Необходимо отметить, что мобильность информационного концепта – особое свойство, проявляющееся только в виртуальном пространстве и только при наличии компонентов матрицы коллективного сознания. Схожесть таких компонентов, основанная на единообразии человеческой культуры и цивилизации, позволяет репрезентировать информационный концепт в матрице коллективного сознания и обеспечивает необходимый базис для создания концептуальных областей в виртуальном пространстве. Мобильность информационного концепта – это перемещение в виртуальном пространстве относительно матрицы коллективного сознания, где этот концепт появился. Несмотря на то, что, попадая в сегмент функционирования чуждой матрицы коллективного сознания, событие оформляется в информационный концепт, оно сохраняет свою смысловую когерентность и идентичность и может быть идентифицировано как целостная единица знания относительно общего информационного фона.

Выделенные признаки информационного концепта отличают его от других типов концептов и указывают на механизмы работы сознания, участвующие в его продуцировании. Несколько элементов объединяются в один информационный концепт при помощи таких механизмов, как внимание, выделение (ремы), отождествление (с темой), апперцепция, когерентизация. В результате действия появляется единая концептуальная структура, объединенная системой отношений.

Рассмотрим процесс информационной концептуализации подробнее. Прежде всего внимание продуцента в реальности привлекает какое-либо событие, явление или объект. По тем или иным причинам он чувствует необходимость передать информацию как можно большему количеству реципиентов. Виртуальное пространство выбирается в качестве транслирующего по двум основным причинам: доступность информации большому количеству реципиентов и возможность передать ее по различным каналам восприятия

(зрительному, аудиальному, тактильному). В сознании ставится задача сформулировать информацию в соответствии с правилами подачи и восприятия в виртуальном пространстве.

В качестве примера можно привести формулировку новостных заметок в массмедиа по формуле «Что? Кто? Где? Когда? С какой целью?». В наблюдаемом в реальности событии выделяются доступные пониманию широкой общественности характеристики – участники события, время, место, интенции участников, и соотносятся с приведенной выше схемой подачи информации. Эта схема с когнитивной точки зрения представляет собой не схему, а скорее фрейм, слоты которого заполняются новой информацией об описываемом явлении. Все выделенные характеристики распределяются по названным слотам и в совокупности представляют рему – новую информацию. Любая новая информация вводится в сочетании с известной информацией, и отождествление происходит на ее основе. В этом случае интересен механизм отождествления, который осуществляется согласно структуре Л. Талми «фигура-фон», где в данном случае фигура – это рема (новая информация), а фон – тема (известная информация).

Следующим этапом концептуализации является механизм апперцепции. При концептуализации происходит опора не только на известную информацию, но и формирование элементов концепта, содержащих потенциальную информацию о возможном развитии событий. Осуществление механизма апперцепции возможно только при наличии знаний фоновой информации события, позволяющих сформулировать гипотетические предположения относительно рассматриваемого явления.

Далее осуществляется механизм когерентизации, или объединения выделенных характеристик в единую концептуальную структуру. Когерентизация в процессе формирования информационного концепта осуществляет объединение выделенных и отождествленных элементов концепта. **Информационный концепт представляет собой единицу знания, предназначенную, помимо компиляции, хранения и репрезентации знания, для целенаправленной**

передачи сохраненных знаний о реальном мире и функционировании в виртуальном пространстве. В то же время информационный концепт передается средствами языковой репрезентации, и элементы, формирующие его, также представлены такими единицами. Передача знаний о конкретном событии, явлении или объекте реальной действительности требует особого построения языковых элементов репрезентации информационных концептов и формирования концептуальных областей в соответствии с закономерностями развития и функционирования виртуального пространства.

В процессе когерентизации применительно к информационному концепту прежде всего выделяется и объединяется тематическое ядро – тематические и рематические элементы. При объединении этих единиц определяется тематическая отнесенность (тема) информационного концепта, временные и пространственные характеристики, как реальные, так и виртуальные. Помимо того, что компоненты информационного концепта обеспечивают взаимодействие языкового и неязыкового знания, им необходимо выполнять функцию взаимодействия факторов и событий реального и виртуального мира. Поэтому ядро информационного концепта содержит тематические элементы (соотнесенность с актуальной темой и информационными концептуальными областями), рематические элементы (элементы реального мира, репрезентирующие новую информацию), структурные элементы (элементы, позволяющие репрезентировать информацию о реальном мире в виртуальном пространстве). Таким образом, ядро информационного концепта содержит концептуальные области «информация», «участники события», «время», «место», «интенция», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация». Условно перечисленные области можно разделить на несущие информацию о реальном мире и адаптирующие информацию к виртуальному пространству:

– концептуальные области, репрезентирующие реальность – «информация», «время», «место», «интенция»;

– концептуальные области, репрезентирующие виртуальность и обеспечивающие функциональность информационного концепта в виртуальном пространстве – «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация».

Информационные концепты разрабатывают, дополняют и расширяют новыми единицами знаний структуру концептуальной области «медийная информация». Сформированное ядро информационного концепта устанавливает связи с периферийными структурами, в качестве которых могут выступать концептуальные области, созданные из единиц знаний, содержащих известную информацию, тему. Периферийные структуры необходимы для дополнения рематической информации, заложенной в ядре концепта, для формирования когерентной концептуальной структуры, а также для того, чтобы концепт имел возможность встроиться в виртуальное пространство и функционировать в нем, передавая информацию реципиентам, обращающимся к нему. Ядро информационного концепта обеспечивает обоюдный доступ к знаниям, уже известным реципиентам по тематике и проблематике информационного концепта, а периферийные структуры дополняют имеющуюся информацию и позволяют формулировать выводы относительно содержания концепта.

Тематические информационные концепты мы выделяем вслед за Н.Н. Болдыревым и подразумеваем под ними знания, имеющиеся в концептуальной картине мира реципиента. К периферийным концептуальным структурам можно отнести элементы, имеющие непосредственное отношение и ранее установленные связи с другими информационными концептами, дополняющими и расширяющими каждую единицу знания, задействованную в ядре информационного концепта. Апелляция к данным структурам знаний, которые могут содержаться как в матрице коллективного сознания, так и в матрице индивидуального сознания, происходит в момент репрезентации информационного концепта, несущего новую информацию, в виртуальном информационном пространстве.

Здесь необходимо отметить, что ввод рематической информации в матрицу коллективного сознания осуществляется при помощи рематических

информационных концептов, устанавливает связи с имеющимися концептуальными структурами и встраивается в систему концептов. Сознание индивидов заимствует информационный концепт из матрицы коллективного сознания, автоматически воспроизводя сопутствующие компоненты, которые по отношению к концепту могут быть периферийными, но в то же время представлять базовые (например, ценностные) элементы коллективной матрицы. Матрица индивидуального сознания может не обладать знаниями, содержащимися в матрице коллективного сознания, но имеет возможность благодаря общим средствам языковой репрезентации обращаться к коллективному сознанию, воплощенному в различных носителях (литературе, изображении, музыке, виртуальном пространстве Интернета и др.).

Опираясь на исследования перечисленных выше концептуальных структур, мы выделяем непосредственно информационный концепт. Рассматривая периферийные структуры с подобного ракурса, представляем возможным выделить элементы относительно составляющих ядро информационного концепта:

1. «Участники события» связаны с периферийными элементами, информирующими о различных категориях членов социума, их характеристиках, возрастных и личностных особенностях, социальном статусе, условиях проживания, отношениях, принадлежности к этносу и культуре, профессии, образованию и др.

2. «Время» связано с матричными концептами, информирующими о представлениях времени, системы времен, существующей в соответствующей матрице коллективного сознания, о значении концепта в культуре, о способах отражения времени в реальности и в виртуальном пространстве.

3. «Место» устанавливает связи с периферийными концептами представления о пространственном расположении предметов в соответствующей культуре, местонахождении и месте проживания, территории и территориальном делении, характеристиках местоположения участника описываемых

информационным концептом событий, особенностях местоположения реципиентов.

4. «Интенция» соотносится с концептами, раскрывающими намерения участников событий, черты их характера, причины, побудившие к тем или иным действиям, внутренние или внешние условия совершения действий.

5. «Языковая репрезентация» устанавливает связи с периферийными концептами, содержащими знания о способах репрезентации информации, о языке, этносе, культуре участников событий и реципиентов; о фонетической, лексической, грамматической структурах языка, на котором вербализуется информационный концепт, о системах и структурах других языков в тех случаях, когда их средства привлекаются для вербализации концепта, о сравнительных диалектальных характеристиках, о способах и средствах перевода с одного языка на другой.

6. «Виртуальная репрезентация» связана с концептами и матричными компонентами, содержащими единицы знаний о виртуальном воплощении информационных концептов, включающими не только текстовую, но аудиальную и визуальную репрезентацию. Виртуальная репрезентация подразделяется на текстовую, аудиальную и визуальную репрезентации информационных концептов. Текстовая репрезентация информационных концептов тесно связана с элементом «языковая презентация», может устанавливать связи со всеми вышеперечисленными периферийными элементами. Аудиальная репрезентация включает установку связей с концептами о фонетическом строе языка, о фонемах и фонематических особенностях, представлениях о музыке и музыкальном творчестве в рамках соответствующей культуры, о способах аудиальной подачи информации на данном этапе развития технических возможностей виртуальной среды и виртуального пространства, об уровне технической компетенции реципиентов информационного концепта. Визуальная репрезентация устанавливает тематические связи с периферийными структурами знаний об уровне визуальной культуры социума, к которому принадлежат автор и

реципиенты информационного концепта, технических возможностях и способах передачи информации изобразительным путем в виртуальном пространстве.

7. «Информация» отличается от предыдущих элементов концентрацией сведений о тематической принадлежности всего информационного концепта, тесно связанной с ремой – новой информацией, благодаря которой был запущен механизм концептуализации как таковой. Первичным компонентом в структуре данного элемента является рема – сочетание условий, факторов и объектов реальной действительности, имеющее значение для индивида, группы индивидов, коллектива или общества в целом. Рема в таком ракурсе вербализует рематический информационный концепт, который может обусловить появление нового наполнения концепта или запуск механизма концептуализации, который был бы невозможен, если бы новая информация в отдельных составных частях концепта не имела связей с тематическими элементами. Отсутствие такой связи не оставило бы опорных структурных и содержательных элементов, благодаря которым новый информационный концепт мог бы встроиться в общекультурный концептуальный фон.

8. Таким образом, «информация» может устанавливать связи с наиболее ценными базовыми компонентами информационного пространства, важными для всего социума, и с актуальностью произошедшего события на определенном этапе общественного развития. Далее, в конкретный промежуток времени, появляется набор актуальных тем в медийной сфере и виртуальном пространстве.

Структура информационного концепта состоит из ядра, включающего темарематические элементы в виде концептуальных областей «информация», «участники события», «время», «место», «интенция», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация», и периферии, к которой могут относиться концептуальные области. Эти элементы содержательно, структурно и функционально связаны с элементами ядра и представляют собой базисные, значимые и актуальные компоненты культурного, виртуального

информационного пространства, матрицы коллективного и индивидуального сознания⁷⁷.

Структурно составные элементы информационного концепта представляется возможным разделить на единицы непосредственных знаний о реальности и на структурные, представляющие собой форму для заполнения поступающими из реальности или виртуальности знаниями. Последние элементы схожи с понятием о слоте – составной части фрейма, подразумевающей заполнение информацией в соответствии со структурой всего фрейма и в сочетании с другими слотами. Но, в отличие от фрейма, заполняемого характеристиками, строго соответствующими содержательной заданности слота, структурные элементы концепта допускают вариативность заполнения информацией, включающей характеристики из других элементов, либо допускающей нулевое заполнение структурного элемента.

2.3. Типы медийных информационных концептов

Виртуальное пространство определяет различные типы информационных концептов в зависимости от особенностей построения сегмента пространства, особенностей функционирования, тематической соотнесенности и культурной обусловленности.

⁷⁷ Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Худож. лит., 1979. 412 с; Васильев Л.М. Теоретические проблемы общей лингвистики, славистики, русистики. Уфа: РИО БашГУ, 2006. 524 с. ; Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. 335 с. ; Ваганова Е.В. Особенности языкового сознания представителей технической и гуманитарной корпоративных культур. Челябинск: Издат. центр ЮУрГУ, 2011. 109 с. ; Воробьев В.В. Лингвокультурология (теория и методы). М.: Изд-во РУДН, 1997. 331 с. ; Воронцова Т.А. Особенности мужской и женской речи в различных типах разговорного диалога // Социальные варианты языка. Нижний Новгород: НГЛУ, 2002. С. 47–50 ; Ее же. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2006. 252 с. ; Герасимов В.И., Петров В.В. На пути к когнитивной модели языка // Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. Вып. 23. С. 5–11 ; Голев Н.Д., Кощей Л.А., Чувакин А.А. Принцип детерминизма и его значение для исследования языка: методологический аспект // Функционирование значимых единиц языка: детерминационные отношения в системе и тексте. Барнаул, 1990. Деп. ИНИОН 12.03.1990, № 41306.

Тематические и рематические концепты. В ходе исследования нами были выделены следующие типы информационных концептов, репрезентирующие известную информацию (тематические) и новую информацию (рематические). Согласно когнитивному учению Н.Н. Болдырева, мы обозначим в качестве тематических концептов узкоспециализированные качественно и количественно оформленные единицы знаний, содержание которых соответствует накопленным знаниям по определенной тематике⁷⁸. К тематическим концептам можно отнести периферийные концепты и те, которые сообщают необходимую фоновую информацию в ядре концепта. Тематическая фоновая информация необходима прежде всего для отличия новой, неизвестной информации, а также для дополнения ядра до когерентной, целостной структуры. К тематическим концептам представляется возможным отнести такие концепты, как «информация», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация» и др.

Рематический концепт. Продолжая коммуникативные научные традиции школы теории языка ЧелГУ, вслед за Т.А. Воронцовой мы понимаем под рематическим концептом вербализованные единицы знаний, не обладающие конкретным содержанием и жесткой структурой⁷⁹. Первичным компонентом в структуре рематического концепта является рема – вербализация в нем сочетания новых условий, факторов и объектов реальной действительности, имеющего значение для индивида, коллектива или общества в целом. Рема вербализует рематический информационный концепт, который может обусловить появление нового наполнения концепта или запуск механизма концептуализации (образования новых концептов), который был бы невозможен, если бы новая информация в отдельных составных частях концепта не имела бы связей с тематическими элементами. К рематическим концептам в зависимости от заполнения их новой информацией можно отнести концепты «участники события», «время», «место», «интенция» и др.

⁷⁸ Болдырев Н.Н. О метаязыке когнитивной лингвистики. С. 23–32 ; Его же. О типологии знаний и их репрезентации в языке. С. 12–28.

⁷⁹ Воронцова Т.А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство. 252 с.

Верификационные концепты. Верификационные концепты репрезентируют знания, позволяющие удостовериться в истинности репрезентируемой в виртуальном пространстве информации. Верификационные концепты служат концептуальным основанием для осмысления отличий содержания информационных концептов, представленных в виртуальном пространстве, и содержания фиксированных концептов, реализуемых в реальности посредством многократного определения их соответствия фактам. Примером может служить система мер, весов, различные справочные таблицы, медийные базы данных, географические исследования. Если информационный концепт в виртуальном пространстве содержит единицы знаний, которые противоречат установленным и общепринятым нормам, содержащимся в верификационных концептах, то это ложное содержание. Это может быть неправильное название локаций, неверно переданный топоним, намеренное или ненамеренное искажение цифровых данных, имен собственных и так далее.

Применительно к матрице функцию верификации или определения типа матрицы выполняют концепты, содержание которых явно указывает на принадлежность к ней. Верификационные концепты превращаются в верификационные элементы, которые находятся в матрице коллективного сознания, но в то же время реализуются в виртуальном пространстве как информационные концепты благодаря языковой репрезентации в печатных, аудиальных текстах и видеодискурсах.

Социологические концепты. Социологические концепты представляют собой информационные концепты, заимствовавшие составляющие содержания из социологических компонентов матрицы коллективного сознания. К таковым относятся концепты «общественная жизнь», «политика», «экономика», «власть» и др.

Культурные концепты. Культурными концептами являются информационные концепты, получившие составляющие содержания из культурных концептов, таких как «литература», «искусство», «религия» и пр.

Исторические концепты. Историческими являются концепты, репрезентирующие информацию об исторических событиях и вербализующие соответствующие знания.

Чистые информационные концепты и матричные информационные концепты. Чистые матричные информационные концепты отличаются степенью комплексной обусловленности компонентами матрицы коллективного или индивидуального сознания. Чистые концепты репрезентируют единицы знаний о реальности или виртуальности, содержание которых не получает смысловые составляющие компонентов матрицы коллективного или индивидуального сознания. Матричные концепты репрезентируют единицы знаний о реальности и виртуальности, содержание которых включает смысловые составляющие компонентов матрицы коллективного или индивидуального сознания в различной степени и сочетаниях. Условно можно назвать чистые концепты точкой отсчета наличия составляющих матричных компонентов.

Полностью чистых информационных концептов быть не может, поэтому к чистым информационным концептам мы относим те, в которых матричные компоненты явно не выражены, и не искажают содержания единицы знания. Матричные концепты содержат определенное количество матричных смысловых компонентов, которые тем или иным образом оказывают влияние на информационную составляющую, дополняя ее смысл или искажая его, в зависимости от интенции коммуниканта.

2.4. Концептуальная сфера в компонентах когнитивной матрицы

Являясь содержательными единицами сознания, все типы концептов так или иначе участвуют в построении концептуальной области. Необходимо отметить, что формальные концепты также обладают содержанием, сведениями об упорядочении и систематизации знаний, отраженных в концептах, и совсем необязательно, чтобы выстраиваемые концепты относились к базовому уровню.

При выстраивании пропозиций дискурса могут быть задействованы базовые концепты содержательного и формального типа, но в результате такого построения возникают операционные единицы знаний, обладающие когерентностью. Без когерентности ими невозможно оперировать, поскольку при соприкосновении с подобными себе они утрачивают целостность и идентичность, растворяются среди других единиц, распадаясь на отдельные характеристики. Возможно, такие процессы имеют место при различных расстройствах психики и, с точки зрения репрезентации знаний, не могут быть полезны в рамках данного исследования.

При выстраивании концептосферы актуальными становятся различные формальные структуры, позволяющие наиболее экономно, с точки зрения ментальной организации, упорядочить полученные знания и организовать ментальное пространство таким образом, чтобы сделать возможными мыслительные процессы, необходимые для нормального функционирования человеческого мышления. Наиболее подходящим для моделирования организации структур знания является принцип теории когнитивной матрицы, тем более, что он вполне согласуется с теорией информации и прикладной лингвистики, выстраивающей систему человеческого мышления в зависимости от функционирования компьютерных систем⁸⁰.

Как уже было сказано, моделирование человеческого мышления по прикладным образцам может привести к упрощению и схематичному пониманию психических процессов человека. В настоящее время такой подход обоснован поиском решений для создания искусственного интеллекта и схожестью сопоставляемых систем, по крайней мере, по двум параметрам: алгоритмизированность деятельности, обработка поступающей из внешнего мира информации ограниченными в возможностях системами и вербальная обусловленность всего процесса. Вербальная компонента психических и компьютерных структур – язык, компьютерный или человеческий, –

⁸⁰ Карасик В.И. Культурные доминанты в языке. С. 3–16 ; Куликов В.Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных исследованиях // Вестник Тюмен. гос. ун-та. 2005. № 2. С. 193–201 ; Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. 240 с.

структурирует единицы знаний согласно лингвистическим закономерностям. В конечном итоге даже при условии создания и успешного функционирования систем ИИ психика человека, адаптировавшись к новым условиям существования в виртуальной реальности и общения с ИИ, может сохранять особенности, которые не могут быть отражены в искусственно воссоздающей модели.

Впервые о существовании когнитивной матрицы написал Р.У. Лэнекер, понимая под этим обычный набор концептуальных областей или доменов⁸¹. Концептуальная область в свою очередь представляет некий контекст, необходимый для актуализации значения слова. Другими словами, это семантически взаимосвязанное сочетание концептов, дополняющее и раскрывающее недостающие или не отражаемые человеком свойства предмета без применения контекста. Количество составных частей матрицы не ограничено, она может активировать любое число концептуальных областей, необходимых для актуализации значения слова. Концептуальные области могут представлять собой различные конфигурации, от простых, состоящих из базовых характеристик предметов, до сложных, отражающих картину взаимосвязей предметов и явлений. Рассуждая о сложных конфигурациях, В.Г. Куликов упоминает социальную когницию Р. Джейкендоффа, предполагающую возможность представить знание о социальной структуре общества в виде когнитивной матрицы, отражающей сложную систему взаимоотношений и явлений общественной жизни⁸².

Стоит отметить, что наряду с когнитивной матрицей существуют и другие типы контекстуальной реализации значения слова. Рассмотрим наиболее популярные в когнитивной лингвистике типы контекста и сравним с когнитивной матрицей, определив наиболее подходящий ментальный конструкт для актуализации значений в виртуальном пространстве. В.Г. Куликов выделяет в качестве актуальных типов контекста фреймы и идеализированные когнитивные модели (ИКМ). Если исходить из концепции М. Минского и Ч. Филлмора, впервые разработавших проблему фреймов, то знание, заключенное во фрейме,

⁸¹ Langacker R.W. 1987—Nouns and verbs. P. 53–94.

⁸² Куликов В.Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных. С. 193–201.

приобретало форму целостного понимания явления или предмета в совокупности характеризующих частей. М. Минский понимал под фреймом знание о стереотипной ситуации, включающей множество компонентов и отражающей последовательное развитие ситуации. Ч. Филлмор предлагал иное понимание – стереотипное представление о классах объектов или ситуаций. Развивая мысль Ч. Филлмора, отечественный ученый и глава школы когнитивных исследований Н.Н. Болдырев отмечает, что подобные структуры служат основой для образования языковых категорий. Далее фрейм в качестве модели структурированного знания был использован для описания структуры многозначного слова, языковых процессов, а также стал базой для разработки теории ментальных и интегрированных пространств Ж. Фоконье и М. Тернера как многократно и устойчиво активированное в языке ментальное пространство. В свою очередь В.Г. Куликов относит к главным характеристикам фрейма наличие связей и иерархической структуры. Составные части фрейма – слоты – разделяются на две группы: обязательные (терминалы) и факультативные. Отмечая нежесткий характер фрейма, В.Г. Куликов подразумевает активизацию фрейма в сознании и восприятие слотов, в процессе которого актуализуется определенный набор слотов-характеристик из присущих тому или иному концепту⁸³.

ИКМ представляют целый ряд контекстов: категории, пропозиции, прототипы, модели метонимии и метафоры. Когнитивные модели могут образовывать кластеры – структуры знания, описывающие концепт в целом, но при ведущей роли одной из них. Несмотря на актуальность упомянутых выше когнитивных конструкций в современных когнитивных исследованиях благодаря

⁸³ Болдырев Н.Н. О типологии знаний и их репрезентации в языке. С. 12–28 ; Его же. Проблемы исследования языкового знания. С. 95–108 ; Кронгауз М.А. Обращения как способ моделирования коммуникативного пространства // Логический анализ языка : образ человека в культуре и языке. М.: Индрик, 1999. С. 130–131 ; Куликов В.Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных. С. 193–201. Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. 240 с. ; Fauconnier G., Turner M. Blending as a central process of grammar // Conceptual structure, Discourse, and Language. Stanford: CSLI Publications, 1996. P. 113–129 ; Филлмор Ч. Основные проблемы лексической семантики // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Радуга, 1983. С. 74–123 ; Его же. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. Вып. 23. С. 68.

их способности обобщать и систематизировать полученные знания о мире, а также удобства для моделирования и описания языковых и речевых явлений, они все же уступают когнитивной матрице. Прежде всего, фреймы и ИКМ прекрасно подходят для описания схожих по определенным характеристикам объектов и явлений, типизированных и стереотипизированных ситуаций, взятых отдельно и репрезентирующих ограниченные части языковой и ментальной действительности.

Когнитивные матрицы предоставляют коммуникатору возможность описания объекта или явления в различных характеристиках, категориях или контекстах, с учетом возможных взаимосвязей и взаимодействий объекта как в реальном мире, так и соответствующих ментальных конструкторов, отражающих знания о нем, в сознании человека. В.Г. Куликов обращает внимание на способность матрицы обращаться к различным концептуальным областям, ни одна из которых не является основной или эталонной, как это происходит, например, в процессе формирования категорий. Очевидно, что для формирования полноценной простейшей матрицы необходима апелляция хотя бы к двум концептуальным областям, которые могут отражать знания языкового и неязыкового плана. Когнитивная матрица служит связующим звеном между различными структурами знаний – языковыми и неязыковыми, в различных сочетаниях.

В.Г. Куликов упоминает о производном тезисе, представляющем слово в качестве ярлыка, соответствующего определенной когнитивной структуре в сознании человека. Этот тезис, на наш взгляд, не совсем точен, поскольку слово само по себе является своеобразной когнитивной структурой, содержащей знание о мире, «свернутое» особым образом, но одновременно предоставляющее возможности для апелляции к различным когнитивным областям⁸⁴. Н.Н. Болдырев уточняет и подтверждает статус матрицы как более универсальной когнитивной структуры, раскрывая принцип взаимодействия ядра концепта с различными областями знания. Составные части матрицы могут устанавливать

⁸⁴ Куликов В.Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных. С. 193–201.

связи с концептуальными областями любого иерархического уровня и любой конфигурации. Матрица не показывает взаимосвязи объектов с другими объектами, находящимися с ними в парадигматических и синтагматических отношениях, но содержит набор концептуальных областей, относящихся к данному концепту в силу связей, установленных благодаря опыту и накопленным знаниям. Н.Н. Болдырев рассматривает когнитивную матрицу как особый формат знаний, специфика которого состоит в объединении в рамках одной когнитивной структуры нескольких сфер знаний языкового и неязыкового характера в различных аспектах⁸⁵.

Аспекты актуализации значения слова и когнитивной матрицы возвращают к уже упомянутому пониманию слова как ярлыка для определенного концепта. При актуализации слова может происходить не только активация в сознании образа названного словом явления или, другими словами, концепта, но также и сопутствующих когнитивных областей. Апелляция к другим областям знания совершается при условии изменения условий актуализации значения посредством слова – изменений реального или виртуального пространства. В качестве подобного изменения В.Г. Куликов рассматривает произнесение иноязычного слова, активирующего тот же самый концепт в сознании человека, но дополнительно и концепт знания различий между иноязычным и родным словом, именуемым один и тот же концепт. Очевидно, что активация концепта и сопутствующих структур знаний, связанных с употреблением иноязычного слова, определяется иным концептуальным фоном.

Концептуальный фон может быть связан не столько со значением слова, сколько с фонологической репрезентацией знаний об объекте. Рассмотрим пример с произнесением слова «окна» и слова «windows». При произнесении обоих слов в сознании человека, владеющего родным языком и английским, возникает один тот же концепт знания о реальном объекте.

⁸⁵ Болдырев Н.Н. О типологии знаний и их репрезентации в языке. С. 12–28 ; Его же. Проблемы исследования языкового знания. С. 95–108 ; Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. 240 с.

Очевидна разница в сопутствующем каждой фонологической репрезентации слова концептуальном фоне. В первом случае возникает концепт, соответствующий понятию о проеме в стене здания, закрытом различными светопроницающими материалами, предназначенном для освещения внутреннего помещения. Во втором случае помимо сопутствующей вербализации концептов о разнице фонологической репрезентации в сознании человека, осведомленного о некоторых особенностях англоязычной культуры, могут возникнуть концепты операционной системы «Windows», очков, отражателей, терминов из различных областей знаний. Если обратиться к англоязычному словарю «Мультитран», то окажется, что этому слову соответствует 166 тематик, содержащих его в качестве специализированного термина. Условно говоря, чем большее количество тематик может охватить человек благодаря своему опыту, тем большее количество соответствующих им концептуальных областей может быть одновременно задействовано при актуализации основного концепта⁸⁶.

Концептуальные фоны, соответствующие слову на родном и иностранном языке, конечно же, могут пересекаться в перечисленных тематиках, но есть и такие, в которых будут присутствовать концепты, соответствующие концептуальной сфере одного языка или культуры. Возникает закономерный вопрос, соответствуют ли определенные концептуальные области одной культуры слову на иностранном языке и не являются ли соответствующими только ему? Если учесть то обстоятельство, что концепт или знание об уже известном ранее, до знакомства с иностранным языком, реальном предмете или явлении был сформирован с участием родного языка, правомерно будет предположить, что концептуальные области, соответствующие явлениям иноязычной культуры, будут активироваться при произнесении иностранного слова.

При активации концепта с помощью слова на родном языке обращение к указанным концептуальным областям происходит не всегда, чаще всего в случае существования схожих явлений в родной культуре или заимствованных из

⁸⁶ Куликов В.Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных исследованиях. С. 193–201.

иноязычной культуры, но адаптированных в ней и сформировавших похожий, пересекающийся с иноязычным «дублем» концепт. На вопрос, представляют ли данные концепты, сформированные на опыте иноязычной культуры и адаптированные под условия родной, самостоятельные единицы знаний и существует ли способ для активации таких структур посредством слова на родном языке, можно ответить положительно. Поскольку при условии утраты знаний об иностранном языке заимствованные явления остаются в культурном поле, но могут получить схожее по звучанию именованье на родном языке, пополняется соответствующее семантическое поле. Необходимо отметить, что лексическое значение слова не меняется, но расширяется концептуальный фон за счет введения новых концептуальных областей.

Таким образом, можно утверждать, что концептуальный фон употребления того или иного слова свидетельствует об активации большого количества сложных когнитивных структур и при простой актуализации отдельного концепта в сознании человека. Поэтому при описании процессов, происходящих в сознании человека при установлении взаимосвязей между языковыми и неязыковыми концептами, целесообразнее использовать именно когнитивную матрицу. К такому же выводу приходит и В.Г. Куликов, утверждая, что в когнитивную матрицу могут входить единицы знания любой сложности и конфигурации. Они отражают временные, пространственные характеристики реального мира через визуальные, аудиальные, тактичные и прочие сенсорные ощущения, составные концептуальные области, сохраняющие знания о сложных социальных практиках, опыт преобразовательного взаимодействия с реальным и виртуальным пространствами.

2.5. Эвокативная репрезентация Интернет-медиадискурса в компонентах матрицы коллективного сознания

Впервые к изучению человеческого сознания и описанию этого явления в научных категориях обратился известный советский ученый Л.С. Выготский на рубеже XX века. Его изыскания до сих пор не утратили научную ценность даже с учетом опоры на характерный для того периода развития отечественной науки марксистский материализм. Научные положения со временем были оформлены в тщательно разработанную и безупречную с точки зрения априорности научного знания культурно-историческую теорию происхождения высших психических функций. Представляющим особый интерес для настоящего исследования и оправдывающим обращение к указанной теории нам видится включение Л.С. Выготским в схему «сознание – поведение» компонента «культура». Полученная в итоге последовательность «сознание – культура – поведение» позволила объяснить, каким образом произвольно заданная система знаков (культурных, языковых, речевых и др.) находит свое отражение в поведении человека и осуществляет его психическую регуляцию посредством участия в высших психических функциях⁸⁷.

Л.С. Выготский определял сознание в качестве «рефлекса рефлексов». Но в то же время он отмечал качественное отличие такого рефлекса от чисто физиологических, принадлежащих к саморегуляции организма и чаще всего находящихся в сфере бессознательных проявлений. Речевой рефлекс представлял собой знаково-символическую структуру, происходящую из мира культуры. Речевые рефлексы были напрямую связаны с социумом, представляя их «системой рефлексов социального контакта». Данная система служит основой для «коллективной координации поведения», на основе которой, путем торможения складывается внутренний план поведения отдельного индивидуума, принадлежащего к тому или иному социуму. В дальнейших работах по

⁸⁷ Выготский Л.С. О двух направлениях в понимании эмоций в зарубежной психологии в начале XX века // Вопросы психологии. 1968. № 2. С. 149–159.

дефектологи ученым приходит к выводу, предвосхитившему все последующие, современные нам лингвистические учения о знаковой природе, что первичным является значение, а не знак. Вполне возможно изменить систему знаков, но понимание значения останется тем же – «переменим знак, но сохраним значение»⁸⁸.

Наблюдая за людьми с ограниченными физиологическими возможностями, Л.С. Выготский описал их способность воспринимать доступные знаковые системы вместо недоступных и выстраивать свое поведение так, чтобы соответствовать социальной норме. Иными словами, человек, физиологически ограниченный в восприятии определенной системы знаков, находит возможности, в сотрудничестве с другими людьми, понимать значение благодаря использованию другой системы знаков. В процессе изучения дознаковый (сигнальный) уровень был отграничен от знакового, и было доказано, что речевые знаки помогают выйти за пределы индивидуального опыта и воспринять коллективные поведенческие программы, позволяющие ориентироваться в ситуациях, опыт поведения в которых ему недоступен вследствие физиологических дефектов или по другим причинам⁸⁹.

В упомянутой работе Л.С. Выготский выделил понятие и этапы его становления:

1) образование синкретических представлений (слово как знак большой роли не играет);

2) возникновение комплексных образований, обуславливающих связь слова как знака и синкретического образа как значения;

3) формирование житейских и научных понятий. Житейское понятие – это обобщение наглядной ситуации и создание абстракции, научное – это путь от абстрактного понятия к конкретному⁹⁰.

Положения теории Л.С. Выготского на долгие годы определили развитие не только психологических наук, но и сопредельных научных отраслей, к которым

⁸⁸ Выготский Л.С. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 1. 488 с.

⁸⁹ Выготский Л.С. Этюды по истории поведения. 224 с.

⁹⁰ Выготский Л.С. Мышление и речь. М.: Лабиринт, 1999. 352 с.

относятся лингвистические науки. Неоспоримыми остались положения о культурной обусловленности, осознанности, произвольности закрепления знака за означаемым и поэтапном формировании понятий. В когнитивной науке в настоящее время разработано и успешно применяется понятие концепта, процесс формирования которого соответствует фундаментальным положениям названной теории, и, соответственно, такие характеристики, как культурная и коллективная обусловленность формирования знаковых систем, осознанность и направленность воздействия последних на других людей, не требуют повторных доказательств⁹¹.

Осознанность и произвольность поведения человека достигается опосредованно, а сознание есть внешнее проявление социального опыта, человеческая культура. Передача этого опыта и присвоение его в качестве составляющей индивидуального сознания происходит при помощи значения или, в когнитивной теории, единицы знания. Л.С. Выготский считает признаками осознанности действий индивида системность организации значений, переформулировки содержания высказываний, выражения одних значений при помощи других, а значение не просто единицей знания, но единицей функционирования сознания. Результатом такого функционирования является смыслопорождающая деятельность: значения, соприкасаясь в сознании человека, образуют новые единицы различного уровня сложности и тем самым определяют смысловое строение сознания.

Нетрудно заметить, что о структурированности индивидуального сознания, его культурной и коллективной обусловленности так или иначе будут говорить все исследователи, развивающие данные положения в своих научных отраслях. Таким образом, основываясь на постулатах теории Л.С. Выготского, его последователей А.Н. Леонтьева, А.Р. Лурия, П.Я. Гальперина и многих других, можно выделить такие характеристики сознания, как культурная и коллективная обусловленность, целостность, системность, динамичность, смыслопорождающая

⁹¹ Там же.

деятельность, познавательная активность, субъективный характер отражения объективной реальности, производность от деятельности⁹².

Наиболее оптимальным с учетом перечисленных характеристик выглядит определение сознания, данное А.Н. Леонтьевым: сознание – это высший уровень психического отражения действительности, присущий только человеку как общественно-историческому существу, которое эмпирически выступает как непрерывно меняющаяся совокупность чувственных и умственных образов, непосредственно предстающих перед субъектом в его «внутреннем опыте» и предвосхищающих его практическую деятельность⁹³.

Деятельностный подход А.Н. Леонтьева отразился и на понимании механизма функционирования сознания. Представляется интересным дополнить понимание сознания описанием его структуры, в которую помимо **значений** (Л.С. Выготский) входят **чувственная ткань** (по А.Н. Леонтьеву, дополняющая конкретные образы сенсорной информацией и тем самым сообщающая им реалистичность), **переживание** (С.Л. Рубинштейн) или **личностный смысл** (А.Н. Леонтьев). Последние составные части отражают субъективность отражения в сознании индивида любого объекта. Значения приобретают пристрастность, которая является результатом функционирования личностного смысла. Чувственная ткань или сенсорная информация связывает значения в сознании с объектами окружающего мира, а личностный смысл – с опытом, приобретенным индивидуально, с существованием конкретного человека в мире, с той сферой в сознании, которая ответственна за мотивы поведения.

Развивая идеи деятельностного подхода, А.Н. Леонтьев также пришел к выводу, что деятельность человека во многом определяется образом мира или систематизированной совокупностью таких образов в сознании. Таким образом, можно утверждать, что все компоненты сознания: единицы знания, чувственные образы и переживания, личностные смыслы – образуют целостную систему

⁹² Выготский Л.С. О двух направлениях в понимании эмоций... С. 149–159 ; Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1972. 575 с.

⁹³ Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. 575 с.

образов, динамичную, изменяющуюся по мере приобретения опыта при взаимодействии с окружающим миром⁹⁴.

В процессе функционирования сознания используются различные механизмы смыслопорождения, связывающие компоненты сознания в единицы, из которых выстраивается сознание человека. В когнитивной лингвистике существует целый ряд терминов, обозначающих единицы различной формации, такие как фреймы, пропозиции и другие (о них было сказано в предыдущем пункте), которые соотносятся с пониманием значений, переживаний и личностных смыслов культурно-исторической теории высших психических функций. Рассматриваются также и различные механизмы функционирования человеческого сознания: внимание, восприятие, отождествление, сравнение, апперцепция, инференция, верификация и др.

Когнитивно-информационная теория является новой парадигмой гуманитарного познания, в рамках которой находится новый объект исследования гуманитарных наук, система когнитивно-информационных связей общества, продолжает развитие современной научной мысли именно в русле взаимодействия гуманитарных и естественных наук на основе увеличивающегося значения информационных потоков в жизни общества. Создание насыщенной информационной среды в объективной реальности расширило список культурных сфер, создающих альтернативные реальности (литература, искусство, религия, наука), появилась возможность создания комплексных виртуальных реальностей, раскрывающих новые горизонты восприятия действительности и творческих возможностей сознания.

Использование когнитивно-матричного анализа учитывает все вышеназванные постулаты обеих теорий и может служить для моделирования системы коллективного сознания. Когнитивная матрица, отражающая структуру и взаимосвязи названных компонентов сознания, может показать не только взаимосвязь и механизмы создания концептов, но также соотношения концептуальных областей при формировании единиц знаний, их

⁹⁴ Там же.

взаимозависимость и взаимовлияние (личностный смысл – индивидуальный жизненный опыт – особенности национальной картины мира – детерминация поведения через шаблон, формируемый на их основе).

Метод когнитивно-матричного анализа сочетает в себе также черты традиционных лингвистических методов (сравнительный метод, контекстуальный анализ) и предлагает возможности когнитивных методов – когнитивное моделирование, концептуальный, фреймовый анализ единиц знаний. На его основе проводятся исследования концептов различного типа, а также единиц культурного знания, находящихся в различных культурных и языковых системах.

Разрабатывая методику исследования диалектного концепта в виде когнитивной матрицы, В.Г. Куликов и Н.Н. Болдырев пересмотрели содержание понятия матрицы и представили ее, в отличие от Р.В. Лэнекера, не контекстом, но форматом знания, открывающим доступ к другим концептуальным областям. Подобное понимание матрицы позволяет отразить связи различных концептуальных областей, содержащих знания языкового и неязыкового характера. Подобная интерпретация понятия матрицы открывает широкие возможности для исследования механизмов смыслопорождения и формирования единиц знания, принадлежащих различным культурным системам⁹⁵.

Апробируя описанную методику при рассмотрении диалектных концептов и представляя его в виде ядра и собственно матрицы, В.Г. Куликов и Н.Н. Болдырев задают структуру матрицы, схожую с полевой. Выделяется ядро – перечень характеристик, выявленных путем сравнения диалектов и фиксации или кодирования полученных знаний в когнитивных единицах. И матрица, включающая разнообразные взаимосвязанные компоненты, выделяемые на основе взаимодействия концептуальных областей в ходе процесса концептуализации. С точки зрения поля, когнитивная матрица в подобном аспекте могла бы представлять периферийные структуры, но выделение компонентов на основе механизмов смыслопорождения или, другими словами,

⁹⁵ Болдырев Н.Н, Куликов В.Г. О диалектном концепте в когнитивной системе языка. С. 3–13.

концептуализации, существенно расширяет понимание рассматриваемого лингвистического явления и выводит его за рамки полевой структуры⁹⁶.

Когнитивная матрица, в отличие от поля, не только представляет собой совокупность взаимосвязанных единиц знания, но и включает такие компоненты, как когнитивные механизмы концептуализации, сенсорную информацию или чувственную ткань, а также личностные смыслы. Присутствие последнего компонента в матрице коллективного сознания может показаться спорным, но с учетом того, что коллективную матрицу формируют индивиды, их личностный опыт, оказавшийся по тем или иным причинам универсальным, типичным для большинства значимых ситуаций, можно утверждать, что «кальки» (индивидуально сформированная последовательность действий в типичных ситуациях) личностного опыта наличествуют в коллективном сознании в виде устоявшихся схем поведения. Подобное расширение и многоаспектность структуры когнитивной матрицы с методологической точки зрения объединяет ее с кластерным подходом, подразумевающим включение дополнительных компонентов по мере поступления новой информации в процессе познания мира, и позволяет в дальнейшем осуществить на ее основе информационный эксперимент. Сутью информационного эксперимента является рассмотрение воздействия информации на индивида, получающего и обрабатывающего ее, находясь непосредственно в информационном пространстве⁹⁷.

Методика когнитивно-матричного анализа позволит применить комплексное описание когнитивных структур для выявления системы концептов и концептуальных областей, составляющих точки функционирования коллективного сознания в информационной среде. Использование указанной методики должно учитывать все особенности строения и содержания концептов и концептуальных областей и предполагает следующие действия по ее реализации:

1) выделение концептуальных признаков и характеристик в зависимости от структуры и содержания концепта;

⁹⁶ Там же.

⁹⁷ Куликов В.Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных исследованиях. С. 193–201 ; Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. 240 с.

- 2) создание типологии концептов по структуре и функциям;
- 3) моделирование матрицы коллективного сознания в информационном пространстве.

Когнитивно-матричный анализ на современном этапе исследований применяется достаточно широко, может охватывать временные и пространственные принципы организации системы языка и концептуальных областей. При рассмотрении концептуальной системы языка уже были выделены временные и пространственные принципы ее организации относительно диалектных единиц. В качестве временных были выделены архаизмы и неологизмы, известные только носителям языка. Пространственными характеристиками обладали диалектные единицы, включающие в концепт понятие территориальной принадлежности⁹⁸.

Важно заметить, что относительно применения данной методики в виртуальном пространстве характерным является когнитивная обработка вторичной информации, то есть не информации о внешнем мире, полученной непосредственно в процессе познания, но воплощенной большей частью в языковых формах (остальное – в изображениях, фотографиях, видеофайлах). Такая особенность применения обусловлена характеристиками информационного пространства, которое вторично по отношению к реальности, но нуждается в ней для верификации полученных знаний и для выстраивания приемлемой для сознания человека структуры.

⁹⁸ Болдырев Н.Н. О типологии знаний и их репрезентации в языке. С. 12–28 ; Его же. Проблемы исследования языкового знания. С. 95–108 ; Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?. М.: Гнозис, 2003. 375 с. ; Куликов В.Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных исследованиях. С. 193–201.

2.6. Матрица коллективного сознания в Интернет-медиадискурсе

С точки зрения социологического функционализма, коллективное сознание у людей, принадлежащих к одному и тому же обществу, заключается в совокупности общих интересов, верований, убеждений, способов выражения эмоций и чувств, духовных ценностей. Э. Дюркгейм считает коллективное сознание «психическим типом общества, имеющим свой способ развития, свои свойства и свой способ существования», а также отдельной, объективно существующей реальностью, благодаря которой индивиды создают общества различной величины. Основой создания общества являются общие культурные, духовные, моральные ценности. Все перечисленное составляет условие существования коллектива, важнейшую предпосылку его духовного бытия. Общество, использующее единицы знания, содержащиеся в коллективном сознании, более монолитны и солидарны⁹⁹.

Единицу знания, опыта в коллективном сознании Э. Дюркгейм представляет в виде «социального факта», которым является всякий образ действия, осознаваемый или нет, но которому следует большинство представителей данного общества. Образы мыслей, алгоритмы действий, правила выражения эмоций, чувств существуют и оказывают большое влияние на поведение человека. Образы действий, мышления и чувствования являются необходимыми для продолжения жизни в обществе. Социальные факты обладают по отношению к индивиду нормативно-принудительной силой¹⁰⁰.

При сопоставлении с терминологией когнитивной лингвистики определенные Э. Дюркгеймом образы действия соотносятся с когнитивными областями, совокупностями единиц знаний, позволяющих человеку ориентироваться в окружающей социальной обстановке, действовать согласно

⁹⁹ Цит. по: Дугин А.Г. Этносоциология. М.: Академ. проект, 2011. 640 с.

¹⁰⁰ Российская социологическая энциклопедия / под ред. Г. В. Осипова. М.: НОРМА-ИНФРА-М, 1999.

принятым правилам, оправдывать ожидания других людей и взаимодействовать с ними.

Э. Дюркгейм подразделяет социальные факты на отдельные факты коллективного сознания – идеи, чувства, верования, традиции и морфологические факты, служащие для связи и установления порядка между индивидами (численность коллектива, форма жилища, территория проживания). К фактам коллективного сознания относятся следующие классы явлений: идеи и чувства, моральные установки, нормы и верования, юридические кодексы, экономические отношения, интересы и устремления людей. По степени консолидации различаются структурные (аномические) факты, институциональные факты и социальные течения, проявляющиеся в формировании и реализации общественного мнения. Перечисленные факты лежат в основе образования социальных форм, а, значит, формируют тип, структуру и влияют на состав общества как такового¹⁰¹.

Коллективное сознание не является суммой индивидуальных сознаний, но составляет духовное единство, целостное, отражающее все разнообразие и богатство накопленных тем или иным обществом знаний, которые регулируют жизнь и взаимоотношения людей. Коллективное сознание формирует особую среду или ментальное пространство, которое наряду с функцией регуляции и моделирования общественных отношений выполняет функцию хранения и накопления знаний о мире, об окружающих людях, о ценностях и достижениях общества. Наличие такого ментального пространства позволяет членам общества сообща осваивать окружающий мир, обеспечивать накопление опыта и самое главное передачу накопленных знаний последующим поколениям.

Представляя коллективное сознание в качестве свойства, присущее всему обществу, Э. Дюркгейм, используя современную терминологию, выделил код общественного устройства и определил парадигму социальных процессов, протекающих относительно составляющих частей коллективного сознания. Исходя из представленного понимания, мы считаем возможным смоделировать

¹⁰¹ Дюркгейм, Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. 352 с.

матрицу коллективного сознания, используя принцип выделения области синтагматических и парадигмальных отношений составляющих ее единиц. В процессе анализа общественных отношений выделились различные составляющие, которые могут быть представлены в качестве компонентов коллективного сознания¹⁰².

Необходимо отметить, что в современной социологии функциональный подход был подвергнут учеными критике. А.Г. Дугин, в частности, полагает, что невозможно выделить безусловные и абсолютные социальные факты, аргументируя их схожестью с атомарными фактами, предложенными позитивистами, и сомнительностью применения естественнонаучных методов в социологии. Но в то же время развивая мысль о коллективном сознании как о социальном логосе он отмечает его рациональную природу и называет разновидностью кода, обосновывает его рациональное функционирование. Указанные черты и уподобление логосу позволяет нам применить к коллективному сознанию и лингвистические методы, поскольку логос – это и есть слово, являющееся к тому же языковым воплощением концепта. А слово, как и любой другой знак, подразумевает структуру и составляющие ее элементы. На социальный логос проецируются различные черты человеческого сообщества. Данное замечание прекрасно удовлетворяет принципу матричного построения взаимосвязей. Поэтому мы полагаем правомерным выделить его компоненты и представить их в виде отношений и взаимосвязей элементов матричной структуры¹⁰³.

Итак, в качестве компонентов матрицы коллективного сознания (МКС) в виртуальном информационном пространстве мы считаем правомерным выделить следующие: территория (пространственный компонент), время или исторический момент (временной компонент), этнос (культурно-историческая общность), политическая и экономическая ситуация (уровень развития общества), творчество (искусство, литература, идеология, виртуальное информационное пространство),

¹⁰² Там же.

¹⁰³ Дугин А.Г. Этносоциология. 640 с.

творческое пространство (компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности) (Таблица 2).

Компоненты МКС были определены в соответствии со следующими аналитическими принципами:

1. Выделение информационных концептов и областей информационных концептов по признаку целостности, завершенности их структуры.

2. Определение тематической составляющей области информационных концептов, выявление тематического ядра и круга периферийных тем (важно: периферийных тем в принципе быть не может – темы находятся по гиперссылкам, проявление временного признака – темы существовали ранее в информационном пространстве, но благодаря возникновению тематического ядра смогли сконцентрироваться вокруг него и создать целостную концептуальную область, вычленимую на другом информационном фоне. Ошибка поисковиков – поиск по тегам – словам без учета области концентрации в виртуальном пространстве).

3. Определение и соотнесение выделенного тематического ядра с областью информационной концептуальной концентрации. Это поможет быстрее и качественнее отфильтровывать информацию. В Интернете не существует территориального соотнесения: пространственные характеристики определяются по территориальному положению сервера, по месту юридической регистрации компании, владеющей информационным ресурсом или языковому сегменту виртуального пространства. Определение сопутствующих тематическому ядру верифицирующих явлений и параметров реальности – общественной, социальной (исторический момент развития общества, территория проживания, этнос, политическая и экономическая ситуация).

4. Определение сопутствующих тематическому ядру явлений и параметров виртуальности, творчески преобразующих и формирующих информационные концепты и их области в соответствии с закономерностями окружающего виртуального пространства: культура, искусство, литература, идеология. Необходимо отметить, что все названные сферы интеллектуальной

жизни социума изначально создавались и получали свою репрезентацию как виртуальные миры, существующие в коллективном сознании.

Таблица 2. Матрица коллективного сознания

ЧИК МСК	Ядерные тематические ИК	Ядерные ремагические ИК	Верификационные ИК	Периферийные ИК	Гипертекстовые тематические ИК	Гипертексто-вые ремагические ИК
Этнос (культурно-историческая общность)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Территория (пространственный компонент)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Время (исторический момент)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Политическая и экономическая ситуация (уровень развития общ-ва)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Творчество (искусство, литература, идеология)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Информационное пространство (среда, форми-рующая смыслы, ценности)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК

МКС:

1. Вертикаль (строки) – матричные смысловые компоненты (МСК) или лингвокультурные концептуальные области,

2. Горизонталь (столбцы) – чистые информационные концепты (ЧИК), соотносящиеся с лингвокультурными компонентами и заимствующие их содержание дополнительно к чисто информационному концепту.

3. Элементы матрицы – матричные информационные концепты (МИК), формулирующие функцию получившейся концептуальной области.

Одна из функций медиапространства – формирование матрицы коллективного сознания. Выдвигая предположение о виртуальном пространстве как среде формирования матрицы коллективного сознания, необходимо отметить, что выделенные и описанные выше смысловые компоненты представляют собой перечень социокультурно значимых семантических полей, порождающих тематически однозначно идентифицируемый контекст. В него преднамеренно или непреднамеренно встраиваются концепты из различных сфер общественной жизни для достижения коммерческого, политического, идеологического воздействия на реципиентов информации. На речевом уровне все перечисленные явления находят свое выражение в медиадискурсе, представленном в частности корпусом медиатекстов, в той или иной мере воплощающих все перечисленные смыслы при помощи языковых средств. Изучению метода, способов, форм, средств и приемов выстраивания эвокативных воздействий в публицистических текстах, дискурсах и медиатекстах и посвящается практическая часть настоящего исследования.

Компонент матрицы коллективного сознания «территория»

«Территория», или географическое расположение участников коммуникации, продуцирующих дискурс, а также расположение автора дискурса в виртуальном пространстве обретает важное значение. Использование топонимов и других географических данных в тексте и дискурсе позволяет ориентировать реципиента относительно автора в реальном пространстве. Та же функция релевантна и для репрезентанта концептов и области концептов в виртуальном пространстве. Рассмотрим оба случая использования.

Словарь социолингвистических терминов дает следующее описание речевой ситуации, в которой выделяются такие составляющие как говорящий (адресант), слушающий (адресат), отношения между собеседниками, тональность, цель, средства, способ и место общения. Изменения любого из названных

параметров ведет к изменению других. Очевидно, что параметр места общения важен, он может оказать влияние и на остальные показатели. Так, в зависимости от места рождения адресант приобретает личные характеристики, которые могут воздействовать на отношения, тональность, цель, средства и способ общения. Указание координат в соответствии с какими-либо принятыми системами ориентации меняет тему и цель создания дискурса как такового, но в том числе и на поведение реципиента, к примеру, в диалоге, когда собеседник интересуется возможностью пройти по какому-либо адресу.

Речевая, коммуникативная ситуация характеризуется общим объемом коммуникативного пространства, количеством и типами составляющих это пространство сфер, особенностями протекания коммуникативных процессов в них (там же). Очевидно, что показатели местоположения являются действительно необходимыми для моделирования не только дискурса относительно участников общения, но и для организации концептов и концептуальных областей в единое информационное пространство.

Наполнение концептами, связанными с концептом географического местонахождения, может дополнить содержание других составляющих речевой ситуации и позволяет обращаться к сопредельным концептуальным областям, устанавливая взаимосвязи различного качества и уровня. Так, например, использование диалектизмов может указывать на происхождение коммуникантов, неправильное употребление языковых единиц, на то, что язык коммуникации является неродным для репрезентанта, способ построения фраз при абсолютной грамматической грамотности также может свидетельствовать о трудностях репрезентации своих мыслей на языке коммуникации.

Если рассматривать концептуальную область географического местоположения в качестве компонента матрицы коллективного сознания, то определяющим становится такое свойство, как концентрация вокруг него концептуальной области из различных тематических сфер. Они непосредственно касаются остальных составляющих речевой ситуации и находят свое отражение в

содержании множества концептов, составляющих информационное пространство, где развернут дискурс.

Концепт «территория» изначально был принят с целью организации пространства вокруг людей таким образом, чтобы человек мог ориентироваться в нем. Сопутствующие характеристики человека и групп людей относительно местоположения постоянно дополнялись новыми единицами знаний, новыми концептами, которые целенаправленно располагались во взаимосвязи и составляли целостные, завершенные образы людей, сообществ, народов. С концептом «территория» часто связано указание географического нахождения стран, географические и климатические условия, с которыми ассоциирован язык, культура, искусство, достижения в науке, экономическая, политическая информация, международные и межличностные отношения, отличительные национальные черты, история народа, вера, легенды, сказания и др. В зависимости от степени владения знаниями по перечисленным параметрам коммуниканты выстраивают дискурс в более узком и широком коммуникативном пространстве.

Коммуникативное пространство медиадискурса является частью виртуального пространства. Благодаря концептам, представленным в данной системе знаний, пространство разворачивается и получает свое воплощение в границах, обозначенных этими знаниями. Концепт «территория» занимает в этой системе одно из значимых мест, поскольку регламентирует выбор точки отсчета в реальном и виртуальном пространствах. В виртуальном пространстве он выполняет функцию одной из «точек отсчета», выбора концептуальной области, тематически ориентирующей дискурс, а также функцию определения границ концептуальной области когерентного текста. Сложность определения границ речевой ситуации в виртуальном пространстве заключается в размытом представлении о содержании концептов, осложняется полисемией лексических единиц и высказываний. Но в то же время любой из коммуникантов в состоянии определить, относится концепт к создаваемому им дискурсу или нет. Зависимости от темы и ремы в данном случае не наблюдается, поскольку и тематически, и

рематически обусловленная информация, отраженная в концептах, может иметь связь с репрезентированной в целом дискурсе, а может такой связи и не иметь.

Если кратко рассмотреть развитие концепта «территория», то можно увидеть расширение понимания человеком реального пространства. В древности территория ограничивалась физическими возможностями человека по исследованию окружающего мира. Это могла быть территория племени, сообщества людей, территорией охоты, собирательства, позже – селения, города, их объединения, вплоть до стран. В восприятии людей переход от одной территории к другой осознавался как смена схожих, но по-разному наполненных ключевых понятий, образующих своеобразную систему координат, позволяющую ориентироваться не только на местности, но и в обществе. Смена места проживания означала и смену поведения, правил, привычек. И наоборот, при обратной связи, вести из других селений воспринимались как нечто чуждое, а потому вызывающее неподдельный интерес и любопытство.

Сравним полученные результаты с положениями подхода когнитивной географии, разработанными Н.Ю. Замятиной. С позиции упомянутого подхода, компоненты матрицы коллективного сознания представляют собой концептосферы. Д.С. Лихачев в докладе на научной конференции «История русской литературы: пути изучения, проблемы, периодизации» рассматривал концепт в качестве среза мыслительной деятельности человека, взаимодействия словарного значения слова и его жизненного опыта. Но концептосферы вербализуются в рамках информационного пространства национального языка, которое тем богаче смыслами, чем больше знаний и опыта накоплено представителями этой культуры и отражено в литературе, фольклоре, искусстве, науке и других ее сферах. То же самое релевантно и для концептосферы «территория», которое рассматривает также и когнитивная география¹⁰⁴.

В статье «Смысл положения: место в ментально-географических пространствах», посвященной вопросу содержания концепта «место» с позиции

¹⁰⁴ Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Известия Рос. акад. наук. Сер. литературы и языка. 1993. Т. 52, № 1. С. 3–9; Замятина Н.Ю. Смысл положения: место в ментально-географических пространствах // Культурная география. 2011. № 4. С. 60–68.

когнитивной географии, Н.Ю. Замятина приводит следующий пример контекстуального употребления в отрывке из сочинения американского географа К. Боулдинга: «Сидя за своим письменным столом, я знаю, где я нахожусь. Я вижу перед собой окно; за ним – несколько деревьев; затем красные крыши зданий Стэнфордского университета; дальше – деревья и верхушки крыш города Пало-Альто; еще дальше – голые золотистые склоны Гамильтоновых гор. Я знаю, однако, больше, чем вижу. <...> Если я снова взгляну перед собой, то за горами, ограничивающими сейчас мой горизонт, есть, я знаю, широкая долина; за ней – цепь еще более высоких гор; за этими горами – снова хребет за хребтом, пока не появятся Скалистые горы; дальше – Великие равнины и Миссисипи; за ними – Аллеганы, еще дальше – Восточное побережье, еще дальше – Атлантический океан...»¹⁰⁵. Мысленный образ карты, представленный в указанном тексте, это всего лишь срез более сложной, динамичной схемы, по которой работает человеческий мозг. Образы используются для репрезентации более сложных смысловых структур и подходят для репрезентации воплощения кодифицированных представлений о реальном мире в географических знаках и картах.

Исходя из данного положения, автор рассматривает концепт положения во взаимосвязи со свойствами места, культурными представлениями и знаниями о народе, проживающем на той или иной территории. Комплексное видение концептосферы, представляющей совокупность знаний о территории, охватывает множество единиц знаний от географических особенностей местности до собственно концептосферы коллективного сознания. С территорией сопоставляется сочетание культурных концептов, причем существующих во всех культурах, в которых имеется понимание и представление о названной территории. Но продуктивными для рассмотрения концептосферы конкретной территории являются представления у непосредственно проживающего на данной территории сообщества, а также среди их ближайших соседей, граничащих с

¹⁰⁵ Цит. по: Замятина Н.Ю. Смысл положения: место в ментально-географических пространствах. С. 60–68.

ними в реальном мире. Исходя из положений выше, представляется возможным высказать предположение о наиболее точной репрезентации знаний о территории у того сообщества, которое проживает на ней. И чем дольше оно занимает территорию, тем вернее представления о ней и их репрезентация в концептосфере сообщества.

Ментально-географическое положение включает пространственные и атрибутивные компоненты. Последнее подразумевает наличие стереотипных атрибутивных свойств, которые присваивают объекту изучения самые разные физические и функциональные свойства. Не всегда сообщаемые стереотипом свойства совпадают с верифицирующей их реальностью, но могут вполне комфортно существовать в концептосфере сообщества, не поддаваясь коррекции, до момента соприкосновения с реальностью. Такое свойство единицы знания чаще всего свидетельствует о концептуальной форме ментального образования. Концепт, в отличие от других форм мышления, характеризуется когерентностью – завершенностью образа, что позволяет применять его в мыслительных операциях, не опасаясь распада на отдельные слоты, что может произойти, например, с фреймом.

Ментальное пространство охватывает целый ряд смыслов, соотносящихся с репрезентируемой им территорией. Многие смыслы из этого ряда существуют только в концептосфере данного сообщества, являясь атрибутами социальной, экономической или иной сферы общественной жизни. Несмотря на то, что в объективной реальности не существует предметов, репрезентируемых этими смыслами, называние их в процессе описания места может быть вполне достаточным для указания места. Коммуникант понимает, о чем идет речь, даже если при описании территории не использовались топонимы или координаты. Ярким примером такого употребления являются географические эвфемизмы: страна диких обезьян – Бразилия, опорный край державы – Урал и так далее.

Составляющие географического ментального пространства представляют часть виртуального пространства, свойственного данному сообществу. Концептосфера территории представлена в виде сети концептов, относящихся к

данной территории или семантически связанной с ней. В систему концептов на содержательном уровне входят единицы знаний, принадлежащих той или иной культуре, касающиеся: а) представлений о местоположении территории относительно общей системы пространственных представлений, экономических и других значимых концептов; б) совокупного образа культурных, экономических, политических, бытовых, мифических, социальных и религиозных представлений о народе, проживающем на данной территории; в) других территорий, имеющих отношение к заданной в зависимости от сложившихся экономических, политических, социальных отношений между социумами, проживающими на данных территориях.

При анализе принципа построения концептосферы географического положения автор использует аналогию со сборкой модели из конструктора: подбор и соединение смысловых элементов из так называемой базы данных единиц знания, которой обладает каждый индивид. Единицы знания, соответствующие цели и ситуации общения «берутся» из когерентных ментальных структур, объединенных тематически, фактологически, темпорально и согласно иным критериям – автономных ментальных пространств или дискурсов. Все затрагиваемые формированием новой сферы концепты могут иметь отношение к различным дискурсам, необязательно к географическому и территориальному. В качестве примера приводится анализ принципа формирования ментально-географического положения в политической культуре России. Если учесть, что анализ проводился на материале официальных сайтов субъектов РФ, то выделенные конструкции вполне применимы к медиадискурсу.

Первым концептом, выделенным в ходе исследования, является «расстояние до центра». Данная характеристика обозначает расстояние, на котором расположен регион от центров – региональных, федеральных и других, экономически и политически развитых, имеющих важное значение для исходного региона. Чаще всего такой концепт репрезентируется точным (в километрах) указанием расстояния от субъекта до федерального или регионального центра, например, «расстояние между Москвой и Челябинском составляет 1704 км».

Второй концепт связан с предыдущим и отмечает значимость мест, относительно которых определяется местоположение данного региона, может быть обозначен как «важность». Значимость упомянутых в дискурсе топонимов определяется их сочетанием в одной концептосфере в качестве ориентиров, относительно которых определяется местоположение значимого для цели и ситуации объекта. Примером может служить следующая цитата: «От США Дальневосточный экономический район отделяет узкий Берингов пролив, а от Японии – Кунаширский пролив и пролив Лаперуза».

Третьим компонентом концептосферы ментально-географического положения автор выделяет «возвышение» или «понижение» объекта, относительно которого определяется местонахождение субъекта. Например: «Город занимает выгодное экономико-географическое положение в пределах области и страны. ... Город лежит к востоку от Москвы. Можно сказать, что Дзержинск испытывает влияние Москвы, так как их разделяют только Владимирская и Ивановская области». Данный концепт подразумевает минимум две единицы знаний и критерий сравнения. Субъект сравнивается с другим объектом или объектами, каждому из них присваивается характеристика в зависимости от соответствия и несоответствия критерию сравнения.

Наряду с этим каждый из сравниваемых концептов имеет сопутствующие единицы знаний, содержащие дополнительную информацию о сопоставляемых объектах. В данном случае положение субъекта определяется не в «горизонтальном» измерении, но скорее в «вертикальном», иерархическом. По избранной характеристике рассматриваемые объекты могут обладать качеством в большей и меньшей степени и тем самым занимать более высокое и более низкое положение в иерархии смыслов.

Четвертым когнитивным компонентом ментально-географического положения является транспортная характеристика, «зависимость от транспортных путей». В данном случае вместе с концептом региона предоставляется описание транспортной сети в упомянутом регионе: направления, конечные и

промежуточные пункты, значение проходящих через регион магистралей, железнодорожных путей, авиалиний и так далее.

Необходимо отметить, что при центровке концептосферы относительно путей сообщения, описание самого региона выстраивается в зависимости от транспортной сети – описываются прилежащие районы и населенные пункты, весь регион полностью располагается у транспортной сети. В данном случае территория пассивна, и объясняется этот факт эволюцией тезиса о значимости расположения на перекрестке транспортных путей. Транспортные направления проходят через рассматриваемую территорию, и построение концептосферы начинается непосредственно с карты транспортных коммуникаций.

Пятым компонентом ментально-географического положения становится «ранг» – иерархическая организация информационного пространства с сетью разноранговых федеральных и региональных центров, в которой определяется место субъекта. Чаще всего описание начинается с упоминания столицы, федеральных и региональных центров, относительно которых позиционируется субъект описания. Например: «Орел расположен в 368 км от Москвы, а население города немногим превышает три сотни тысяч человек», «Липецк расположен берегах реки Воронеж на границе Среднерусской возвышенности и Окско-Донской равнины. Расстояние от Липецка до Москвы составляет 438 км».

Если проанализировать расположение других городов, находящихся на расстоянии в несколько сотен километров от Москвы или Санкт-Петербурга, то, в отличие от Орла и Липецка, у них могут быть лучше налажены экономические, культурные и торговые связи с менее значимыми, с точки зрения федерального подчинения, городами. Очевидно, что в данном случае территориальные представления автора текста или коммуникантов в дискурсивном процессе выстраиваются в зависимости от государственного, федерального подчинения населенных пунктов. Такая организация имеет преимущества в информационном пространстве, поскольку значимые топонимы упоминаются гораздо чаще и знакомы большему количеству реципиентов. Представление о карте страны также

может помочь найти упомянутый населенный пункт относительно столицы и определить его местонахождение.

Шестым компонентом ментально-географического пространства является «центрация относительно столицы». Упоминание топонима Москва призвано показать политическую принадлежность и часто несет больше символической нагрузки, чем территориально-ориентационная. Иногда это может быть имплицитным противопоставлением и указанием на иные центры экономического «тяготения» или обозначением региона, о котором неявно идет речь. Упоминание названия столицы иногда сопровождается названием страны, что лишь подчеркивает политическую символизацию. Например: «Город был основан в 1860 году, когда двумя годами ранее территория сегодняшнего приморского края перешла в состав России (Айгунский договор). А уже в 1903 году Владивосток был связан с Москвой при помощи Транссибирской магистрали».

В качестве седьмого компонента ментально-географического положения выделяется концепт «часть страны». В дискурсе с таким содержательным компонентом появляются слова «в середине», «в сердце», «на границе», «в центре», «на окраине» и так далее. Например: «Тверь находится на реке Волга, в том месте, где в нее впадает река Тверца, в 167 км от Москвы и в 485 км от северной столицы».

Считаем обоснованным выделить восьмой компонент формирования ментально-географического сознания, детально не обозначенный автором модели, – «исторический». Представление городов или других населенных пунктов может включать элементы из истории этих населенных пунктов. Могут упоминаться различные исторические факты даты, топонимы, названия уже не существующих и легендарных поселений, упомянутых в летописях, документах, исторических памятниках, служивших когда-то ареной развития исторических и знаковых событий. Например: «В 1983 и 1985 годах на территории Твери были найдены берестяные грамоты, которые свидетельствуют о том, что на этих землях люди жили еще на рубеже 12-13 веков. Почти 60 лет, с 1931 по 1990 годы, город назывался Калинин в честь М.И. Калинина, уроженца Твери. Тверь также

известна как город, который первым в нашей стране был освобожден от немецко-фашистских захватчиков». «Орел находится в европейской части нашей страны на Среднерусской возвышенности на берегах Оки и ее притока Орлика. Город был основан в качестве крепости на территории Черниговского княжества, которая должна была защищать Московское государство на юге. Крепость была построена в 1566 году по приказу Ивана Грозного, но город возник намного ранее – еще в 12 веке».

Механизм формирования ментально-географического положения представляет собой алгоритм из двух действий: фиксация сознанием определенного ментально-географического пространства. Оно может включать как территорию собственной страны, так и территорию зарубежных стран. Вторым шагом будет выбор из предложенного набора смыслов подходящих для цели и ситуации общения. Далее идет разделение образов географических объектов на местные и пространственные, соотнесение местные образы с вертикальными и наращивающими смыслы «по вертикали», а пространственные – с горизонтальными, и наращивающими смыслы относительно горизонтально расположенной территории, в соответствии с картой местности. Вертикальные географические образы характерны для традиционных сообществ, горизонтальные образы автор соединяет с понятием освоения территорий, новых поселений. Согласно представлениям автора, географические объекты, представленные в информационном пространстве «вертикальными» образами, проигрывают по информативности объектам, представленным «горизонтальными» географическими концептами.¹⁰⁶

Это не совсем так. Выделение восьмого «исторического» компонента в структуре концептосферы территории позволяет нам сделать вывод о большей информативности и узнаваемости именно «вертикальных» образов территорий, «наработанных» в процессе формирования общетерриториальной концептосферы.

¹⁰⁶ Все семь компонентов модели разработаны и представлены Н.Ю. Замятиной. Ввиду необходимости дальнейшего совершенствования предложенной модели приводится столь подробное описание всех ее компонентов. Восьмой компонент предложен нами на основании собственных наблюдений за исследуемым материалом.

Прочность и информативность концептов обеспечивается не только сугубо географическими компонентами, но и содержательными компонентами в информационной сфере, сопутствующими в виде ассоциаций и устойчивых образов основным единицам знания о местоположении географического объекта. Нарботанные «соседние» концептосферы из различных типов дискурса – политического, экономического, литературного, исторического и многих других – помогают воссоздать наиболее полный образ населенного пункта, его значения для сообщества в целом, для прилегающих территорий и региона.

Специфика рассмотрения территориального ориентирования в текстах и дискурсах, принадлежащих иноязычным культурам, соответственно заключается в базировании процессов мышления на различных концептуальных платформах. Концептуальная платформа – это когерентная совокупность концептуальных областей, принадлежащая одной культуре. Во взаимодействии различных концептуальных платформ наглядно проявляется принцип когнитивного взаимодействия концептов, описанный Ю.Н. Карауловым¹⁰⁷. Согласно его представлениям о смысле, подразумевающим наличие концепта в качестве обладающей им единицы знаний, смысл создается из сочетания семантики, знаний о мире и прагматической информации. Условием сочетания таких типов знания является возникновение стимула и ответной реакции в процессе коммуникации.

Учитывая различия культур, то при общении между коммуникантами, принадлежащими разным культурам, стимул поступает из одной культурной среды, а реакция следует из другой. С учетом разницы в представлениях, строении концептуальных областей, накоплении и оформлении единиц знаний в готовые концепты, пригодные для оперирования в той или иной концептуальной сети, возникают разные ассоциации и образы. Наложение ассоциаций из различных культурных сфер может совпадать, но лишь частично. Если частичное совпадение ассоциативных областей в семантическом сплетении смыслов

¹⁰⁷ Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 198 с. ; Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010.

дискурса-стимула и дискурса-реакции не мешает пониманию и в целом позволяет реализовать цель коммуникации, то сопутствующие концепты могут лишь обогащать коммуникацию, создавая дополнительные пары «стимула-реакции». В случае семантического наложения конфликтующих, негативных, не совпадающих по иным причинам ассоциативных сетей, цель коммуникации не может быть достигнута вплоть до дезориентации коммуникантов и разрыва коммуникации. При подобном наложении возникают ложные совпадения, приводящие коммуникацию к ложному развитию дискурса, пустые или не обладающие смысловой нагрузкой зоны – коммуникация ради факта коммуникации, когда коммуниканты изначально осознают недостижимость цели коммуникации, но вступают в нее. Данная коммуникативная ситуация может порождать новые, не свойственные ни одной из культурных ассоциативных сетей, смыслы и ряд новых ассоциаций.

В межкультурной коммуникации реализация концепта «территория» также сталкивается с описанными выше трудностями. Необходимо отметить, что благодаря уровню развития географии и картографии, технических средств как специализированной, так и гражданской навигации, реализация концепта «территория» в пространственном расположении чаще всего не вызывает ложных ассоциаций, поскольку есть доступ к технике, корректирующей ошибочные сведения и представления. Исключение могут представлять случаи коммуникации между представителями развитой культуры и представителями отсталых в техническом плане культур. Например, представители различных африканских племен могут объяснить дорогу туристам, руководствуясь лишь им известными представлениями и ориентирами, о которых понятия не имеют иностранные гости. Туристы с навигационной техникой могут потерять ориентацию из-за сбоев в работе устройств, в то время как местные жители прекрасно ориентируются на территории своего проживания.

Что касается так называемого страноведческого компонента территориального концепта, то в данной области знаний в межкультурной коммуникации будет намного меньше совпадений. Начиная с этимологии

топонима, страноведческие компоненты территориального концепта формировались на протяжении всей истории существования населенного пункта. К смысловым компонентам относятся: 1) история основания населенного пункта; 2) история взаимоотношений с соседними территориями, странами, населенными пунктами; 3) верования, религия; 4) легенды, мифы; 5) обычаи и традиции.

В большинстве случаев коммуникантам, принадлежащим различным культурам, могут быть неизвестны все перечисленные выше категории страноведческих знаний. При посыле стимула, заключающего в себе территориальный концепт родного для адресанта значения, может быть получена не совсем адекватная реакция от другого коммуниканта. В таком случае возникнет либо наложение страноведческих знаний у обоих коммуникантов на один и тот же территориально-пространственный концепт, либо, в лучшем для коммуникации случае, страноведческий компонент адресанта заполнит лакуну в знаниях адресата или наоборот. В данном аспекте цель коммуникации может быть достигнута при дополнительном обмене смыслами, взаимном и одностороннем обогащении концептуальных областей. Выделенный момент имеет большое значение для пропагандистских и рекламных дискурсов, связанных с определенным воздействием на концептуальную сферу коммуниканта-адресата. Если степень рекламного воздействия ограничивается навязчивым предложением какого-либо товара, не исключая так называемую социальную рекламу (которая, по сути, является ничем иным, как подтипом пропаганды), то воздействие собственно пропаганды заключается именно в воздействии на сформированные концептуальные области коммуникантов. Оно призвано скорректировать ложные, искаженные страноведческие представления или заполнить проверенными сведениями смысловые лакуны в концептосфере коммуникантов.

Значит, компонент коллективной матрицы, представленный концептуальной областью «территория», является одним из значимых компонентов, дополняющим и пространственно ориентирующим коммуникативную ситуацию. Ориентирование коммуникативной ситуации

соотносится с дискурсом, сообщается при его порождении и включается в концептуальные области напрямую – через упоминания топонимов, топографических данных, широты, долготы и других картографических сведений, так и опосредованно, на уровне страноведческих компонентов, которые могут быть поняты только при условии владения единицами знаний, включенных в концептосферу местного населения. Осознание территориального компонента матрицы коллективного сознания собеседника и целевой аудитории во всей полноте смыслов позволяет максимально облегчить коммуникацию, обеспечить понимание и наиболее быстрое достижение цели коммуникации.

Необходимо отметить, что достижение полного, абсолютного понимания территориального концепта для человека из другой культуры невозможно. Такое понимание доступно только местному жителю, выросшему на упомянутой территории, в обществе, исконно проживающем в где-то. Для оптимального понимания коммуникантами концепта «территория» достаточно пространственных характеристик и страноведческих сведений, актуальных для конкретной коммуникативной ситуации. Причем глубина страноведческих знаний зависит от степени погруженности концепта «территория» в коммуникативную ситуацию, степени его необходимости для донесения информации до реципиента. Часто компонент матрицы коллективного сознания ограниченно воплощается в конкретной коммуникативной ситуации и затрагивает лишь некоторые, поверхностные структуры. Степень глубины затронутых компонентом пластов знаний коммуниканта зависит от темы дискурса, важности компонента для создания коммуникативной ситуации и описания предмета коммуникации. В то же время наиболее полное владение указанным компонентом матрицы коллективного сознания иноязычной культуры в межкультурной коммуникации способствует качественному выстраиванию текста или дискурса.

Компонент матрицы коллективного сознания «время» – «исторический момент»

Исследованием компонентов концепта «время» занимались в различных научных направлениях, таких как философия, лингвистика, филология, физика и другие науки. Чаще всего концепт «время» рассматривается во взаимосвязи с концептом «пространство». Концепт «пространство» рассматривался нами в предыдущем пункте в качестве составляющего концептуальной области «территория», являющегося компонентом матрицы коллективного сознания.

Вероятно, подобное разделение концептов, ранее рассматривающихся в науке во взаимосвязи (Д.С. Лихачев, Ю.С. Степанов), покажется странным, но этому есть объяснение. Мы рассматриваем концептуальную область «территория» в качестве компонента матрицы коллективного сознания, что подразумевает большую важность и акцентуацию территориальной принадлежности в сознании социума. Формирование коллективного сознания социума часто происходит в глубокой зависимости от изначального места проживания, складывается из истории отдельных поселений и их объединений в ходе исторических событий. Многие знания, обычаи и традиции складывались в зависимости от условий проживания на конкретной территории, особенностей ее географического расположения, ландшафта, климата. В то время как концепт «пространство» в рамках коллективного сознания обычно содержит нормы определения местонахождения одних предметов относительно других – единицы измерения, принятые ориентиры, стороны света, ощущения пространства как такового относительно отдельного человека, создание, моделирование окружающей среды в соответствии с определенными представлениями, свойственными только данной культуре. Все это может быть применимо и к любой другой территории, не обязательно к той, на которой проживало или проживает сформировавшееся общество, но в то же время не показывает специфики восприятия всех

перечисленных измерительных категорий «на месте», применительно к природным условиям¹⁰⁸.

Считаем правомерным утверждать, что формирование измерительных категорий и восприятия окружающего пространства часто происходило именно под влиянием длительного проживания социума на определенной территории и при определенных природных, ландшафтных и климатических условиях. Если сравнить, например, ощущение пространства в европейской и японской культурах, будет очевидна существенная разница, воплощенная в архитектуре, способах возведения зданий, выборе строительного материала, а также в способе организации иерархической системы самого общества. Очевидно, что концептуальная область «территория» наиболее показательна для представления специфики матрицы коллективного сознания социума, поскольку под влиянием перечисленных выше территориальных формировались различные концептуальные области коллективного сознания, включая не только систему их представления, но и конкретное содержательное наполнение в виде практического их применения в организации и ориентировании на реальной местности.

В результате такого использования системы мер и пространственных представлений, когда-то сформированных социумом и переданных по наследству последующим поколениям в качестве своеобразного инструмента познания окружающего мира, возникли и закрепились единицы практических знаний, которые занимают важное место в культурной концептосфере социума. Данное положение подтверждается изысканиями ученых, занимающихся исследованием концептов времени/пространства. В частности, Н.Н. Болдырев подчеркивает, что концепт «пространство» в обыденных представлениях тесно связан с понятиями движения, материи, Космоса и бесконечности. Но подобные представления

¹⁰⁸ Лихачев Д.С. Избранное: мысли о жизни, истории, культуре. М.: РФК, 2006. 334 с. ; Его же. Заметки и наблюдения: из записных книжек разных лет. Ленинград: Совет. писатель, 1989. 608 с. ; Его же. Историческая поэтика русской литературы: Смех как мировоззрение и др. работы. СПб : Алетейя, 1997. 508 с. ; Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. М.: Ин-т языкознания РАН : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. С. 37–46.

обыденного сознания авторы схожих концепций (Дж. Лакофф, М. Джонсон) связывают с тем, что представления о них среднестатистические члены современных социумов получили из школьного курса по физике. Подобное утверждение представляется нам справедливым с точки зрения статистического среза коллективного сознания, но не совсем верным с позиции динамики развития общества. Если учесть историческое формирование представлений о пространстве и применении их на территории конкретного проживания, то легко заметить связь с более ранними историческими пластами знаний. Все эти знания так или иначе представлены в коллективном сознании социума и могут быть актуализованы как посредством устоявшейся системы пространственных мер, так и ее практическим применением. К тому же, опираясь исключительно на знания пространственных мер и представлений, невозможно объяснить ряд явлений страноведческого, традиционного и бытийного характера, имплицитно и эксплицитно присутствующих в коллективном сознании социума и связанных с концептуальной областью «территория»¹⁰⁹.

Таким образом, содержание концептуальной области «время» формировалось на протяжении всего развития социума, в культурной и исторической динамике. С.А. Баруздина рассматривает формирование содержания данного концепта в онтогенезе развития человеческого общества в соотнесении с эпохами становления человеческого сознания. Прежде чем приступить к описанию собственно концептуальной области «время», «исторический момент», представляющий один из компонентов матрицы коллективного сознания, необходимо рассмотреть представленные в упомянутой работе научные изыскания, поскольку они удачно сочетают оба ракурса¹¹⁰.

¹⁰⁹ Болдырев Н.Н. О типологии знаний и их репрезентации в языке. С. 12–28 ; Лакофф Дж. Когнитивная семантика (из кн. «Женщины, огонь и опасные предметы») // Язык и интеллект. М.: Прогресс, 1996. С. 143–184 ; Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. 170 с. Селиверстова О.Н. Когнитивная семантика на фоне общего развития лингвистической науки // Вопросы языкознания. 2003. № 6. С. 12–26 ; Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986. 155 с.

¹¹⁰ Баруздина С.А. Основные тенденции современного образа времени // Риторика ↔ лингвистика. Смоленск: СмолГУ, 2008. Вып. 7. С. 32–36 ; Ее же. Художественное отражение

История становления концепта «время» в обозримом историческом периоде развития человеческого сознания берет свое начало в период мифологического мышления. В данной стадии человеческое мышление было способно воспринимать окружающий мир в элементарно-чувственном восприятии, не разделяя и не категоризируя познаваемый мир без уподобления его самому человеку и живым существам. Результатом такого способа мышления явилась персонификация любых проявлений окружающего мира, и первое понимание времени также получило свой персонифицированный образ. Время воплощалось через название предметом и человеком. Приводится пример подобного представления германцев: ср. гот. *reihns* «время» и англ. *thing* «вещь»; др.-сев. *skeið* «время» и др.-англ. *sceatta* «вещь». Схожесть произношения и графического отображения звуков свидетельствует об одном источнике возникновения данных слов, но, вероятно, в дальнейшем слово получило дополнительный смысл, а затем новое содержание обрело отличную от начальной звуковую и графическую оболочку.

Понимание мифического времени было тесно переплетено с представлениями о сценарии жизни человека, поколения, общества. Появилось понятие священного времени, событий, доступных для повторения, что было связано с цикличностью процессов в природе. Священное время представлялось неким образцом, нормой поведения, повторение которого и приближение к нему осуществлялось в различных ритуалах. Переход к оседлому образу жизни только усилил зависимость от годовичного природного цикла, от смены сельскохозяйственных сезонов, дня и ночи. Постепенно понятия цикличности времени закрепляются не только в ритуалах и священнодействиях, но и в практической деятельности, что продолжает развитие и наполнение дополнительным содержанием концепта «время».

В основе представлений о времени мифологического периода находится природный цикл, с которым согласовывалась не только жизнь индивида, но и

общества в целом. Это понимание в виде образа укладывается в формулировки: «время – круг», «время – вещь», «время – человек» «время – движение». Наиболее прогрессивным с позиции развития содержания концепта является представление «время – движение». Отождествление прочих образов было неразрывно связано с представлением о статике пространства, в данном случае появляется понимание динамики пространства, что существенно обогащает содержание концепта «время» и приближает его к более универсальному представлению о времени. Следующим этапом в развитии концептуальной области «время» считается период Средневековья – существенный сдвиг в процессе развития человеческого сознания, ознаменованный переходом от язычества к христианству и возникновением ряда новых представлений о времени.

Основным базисом для создания средневековых образов времени являлся христианский монотеизм. Представление о создании мира, пространства и времени послужило своеобразным началом, точкой отсчета. Данное представление также было отнесено к концептуальной области «время» и синхронизировало цикличность природных явлений с более абстрактными и персонифицированными представлениями, а также позволило представить время в линейной последовательности событий. Последнее совпало с пониманием времени как движения, которое должно было осуществляться не только в пространстве, при передвижении предметов, но и в представлении людей о начале, апогее и завершении человеческого существования. Время получает новые характеристики линейности и необратимости, в отличие от мифологических представлений о ритуальном возобновлении временных циклов при символической реализации смыслов в ритуалах и языческих священнодействиях.

Наличие вектора развития в понимании времени не исключило полностью понимания цикличности. Цикличность осталась в аграрных календарях и названиях, ритуалы претерпели изменения и превратились в праздники. Но основным шагом, определившим направление формирования представлений о

времени в Средневековье, было отделение понятия времени от понятия вечности. Соотнесение времени с длительностью человеческой жизни, с ее началом и окончанием, и противопоставление вечности – вечной жизни, не имеющей ограничений в своей протяженности. Если человек в состоянии постичь и понять время, то вечность остается недостижимой, непонятной, непознаваемой, являющейся атрибутом Бога.

Противопоставление времени и вечности является своеобразным противопоставлением в сознании человека и Бога. Время в качестве характеристики человеческой жизни признавалось чем-то недостойным, испорченным, бранным. Вечность почиталась истинным бытием человека, возможным только в каком-то ином мире. Вечное бытие относится к сакральной сфере жизни, к религии, и поэтому все ритуальные и сакральные обычаи и традиции получают функцию отражения вечности в обычной жизни, а значит, и во времени. Если в мифологическом сознании не было разделения на время и вечность, то непознаваемым был окружающий мир, воплощенный в ритуалах, языческих верованиях. При появлении понимания вечности человек начинает познавать не столько окружающий мир, сколько самого себя, свои накопленные представления о нем¹¹¹.

Разделение понятий о времени и вечности послужило основой для формирования представлений о прошедшем, настоящем и будущем времени. В эпоху Средневековья такие представления тесно переплетались с библейскими текстами, и прошедшее время ассоциировалось с сотворением мира, настоящее время – с человеческой жизнью, будущее время – с вечностью. Указанные временные периоды получают качественную, оценочную характеристику по отношению к человеку: прошедшее время сотворено Богом, настоящее время считается периодом, в который человек может заслужить вечное существование души в будущем, которое предстает воплощением вечности.

Следующим периодом переоценки и расширения концептуальной области «время» была эпоха позднего Средневековья и начала Возрождения. Переход от

¹¹¹ Там же.

деревенской к городской культуре разрушил догматы о противопоставлении времени и вечности в связи с религиозным противопоставлением земного и небесного бытия. Научные, технические, аграрные достижения, развитие ремесла и промыслов позволило расширить сознание человека и развить его представления. Время получает важную характеристику *реальности* происходящего, и единственно реальным становится время жизни «здесь и сейчас», жизнь человека по-прежнему ассоциируется со временем, но осознается как короткий промежуток между рождением и смертью. Время становится *необратимым* – прошлого уже нет, а будущее еще не наступило. И время в данный период впервые с осознания его человеком требует измерения.

В мифический и средневековый периоды человеческой истории не было необходимости в измерении времени – размеренная аграрная жизнь зависела от медленно сменяющихся времен года, смене дня и ночи. В городе сложился свой уклад, требовавший быстрого ритма и подчинения деятельности человека распорядку, определенному им самим, а не природными циклами. С изобретением и введением в обиход часов время в сознании человека превратилось в поток, разделенный на равновеликие измерительные единицы. Время становится не только воплощением длительности человеческой жизни, но и атрибутом производственных процессов. Время приобретает значение измерения человеческого труда и получает дополнительную характеристику материальной ценности. Таким образом, за указанный период время получило несколько характеристик, которые нашли свое отражение в метафорах «время – ценность», «время – могущественная сила», «время – собственность».

Следующим периодом, оказавшим существенное влияние на развитие концептуальной области «время», была эпоха Нового времени. В Новое время формируется рационалистический тип сознания, в котором концептуальной области «время» отводится сугубо утилитарная роль. Время используется при рациональном планировании распорядка жизни, поведения, прогнозировании и расчете экономических и политических событий. Причем такое поведение становится образцовым, эталонным, общепринятой моделью. Время, учтенное в

производственных процессах, получает денежный эквивалент, например, при оплате труда или при производстве различных товаров¹¹².

Развитие техники в более поздний период позволяет передвигаться быстрее и тем самым экономить время: привычными становятся поезда, самолеты. При этом складывается парадоксальная ситуация – появляется множество возможностей экономить время, но его постоянно не хватает. Человек часто испытывает его недостаток, пытается восполнить, рациональным образом планируя свою деятельность. В данном случае время получает новую характеристику – отдельный отрезок-момент, из которых составляется человеческая жизнь. Концептуальная область «время» получает новые характеристики: ценность, денежный эквивалент и ускорение.

Концептуальная область «время» получила целую метафорическую модель, которая была представлена пространственной, экономической и биологической метафорами. Пространственная модель представлена метафорами «Время – круг», «Время – линия», «Время – контейнер», экономическая модель – метафорами «Время – деньги», «Время – ресурс», «Время – ценность», и биологическая – персонифицированными метафорами.

Наибольшее семантическое расширение получила метафорическая пара «время – движение». В ранние периоды человеческой истории время получало характеристику движения через субъективные ощущения человека – время могло «идти», «бежать», «тянуться». Данная метафорическая пара представляет собой базовый образ, на основе которого возникали другие ассоциации, воплощенные в персонификациях «время-лекарь» и «время – враг». Время в качестве динамической величины осознавалось как враг, приводящий к завершению жизни, препятствие, противодействующая сила, как лекарь, постепенно отдаляющий негативные события жизни, излечивающий душевные и физические раны.

Эмоционально-оценочный аспект представлений о времени воплощается в качественных метафорах. В мифологический период время как

¹¹² Там же.

персонифицированное божество получало различные человеческие характеристики: доброе, злое, хорошее, плохое, в зависимости от божества, воплощающего его. В средневековый период время и вечность разделили характеристики преходящего и идеального бытия. Современное представление о времени не имеет четких характеристик и может получить любой образ из доступной человеческому восприятию окружающей действительности¹¹³.

Получение характеристик связано с воспринимаемым предметом, который изменяется во времени по определенным параметрам. Параметры изменяются, создавая ощущение времени, динамических процессов в окружающей среде. Сознание человека может воспринимать те предметы, явления и их характеристики, которые необходимы в данный момент для осуществления каких-либо действий. Ощущение времени возникает, когда сознание фиксирует совокупность воспринимаемых параметров объекта, которые меняются доступным для человеческого восприятия образом. Именно эти изменения определяются сознанием как время.

В мифологический период человеку было недоступно разделение времени на отрезки и соотнесение их с определенными единицами измерения. Персонификация и отождествление с неодушевленными предметами помогали воплотить представления о времени наименее затратно для мифологического мышления – перевод ощущения, требующего абстрактного, универсального образа в имеющиеся реальные объекты, способные воплотить изменяющиеся характеристики времени. Выбранный персонифицированный образ должен сочетать характеристики движения, определенного воздействия (противодействие и помощь), способностью останавливать и ускорять какие-либо процессы. В дальнейшем персонификация времени претерпела изменения, и время становится отдельной характеристикой, которой наделяет Бог, вне зависимости, время ли жизни или вечности.

Дальнейшее развитие концептуальной области «время» было обусловлено техническим прогрессом, который дополнил содержание новыми смыслами.

¹¹³ Лосев А.Ф. Словарь античной философии. 232 с.

Восприятие действительности в динамическом аспекте при наличии единиц измерения и приборов, фиксирующих в них время, поместило эту концептуальную область в категорию характеристик технических, экономических и политических процессов, то есть общественно значимых и обусловленных непосредственной деятельностью человека именно в социуме. Если учесть значимость ритуалов и религиозных догматов в предшествующие эпохи, то социальная обусловленность концепта «время» очевидна на протяжении всей известной истории человечества. С точки зрения воздействия данной концептуальной области, в информационном пространстве эффект времени проявляется в способе его восприятия – если метафорическая соотнесенность соответствует определенной эпохе, то дискурс, выстраиваемый с коммуникантом, будет подчиняться образам данной эпохи. Мы рассмотрели исторические периоды в соответствии с когнитивными аспектами и представили результаты (Таблица 3).

Таблица 3. Метафорическая соотнесенность исторического и когнитивного аспектов времени

Эпоха, исторический момент	Метафора, когнитивный аспект
Каменный век	Время – круг, пространство, вещь, живое существо, движение.
Средневековье	Добавляются: время – линия, качество.
Возрождение	Добавляется: время – ценность, могущественная сила, собственность.
Новое время	Время – ресурс, деньги, ускоряющееся движение.
Современность	Пространственная, экономическая и биологическая метафоры.

Компонент матрицы коллективного сознания «этнос»

Наиболее значимым и важным компонентом матрицы коллективного сознания является «этнос», или этническая обусловленность культуры общества, языка и порождаемого данной общностью информационного пространства. Любое слово, смысл, значение, возникшее и существующее в рамках данного пространства, представляет собой «концентрированный сгусток смысла» (Л.С. Выготский), который, согласно семантическим исследованиям (В.В. Виноградов, В.А. Звегинцев, А.А. Потебня, Р.М. Фрумкина, Л.В. Щерба) реализуется не только на локальном семантическом микроуровне, но и в языковом макром мире. А.Ф. Лосев пишет, что «в слове и, в особенности, в имени – все наше культурное богатство, накапливаемое в течение веков. В слове и имени – встреча всех возможных и мыслимых планов бытия». Раскрытие семантического потенциала слова тесно взаимосвязано с общим пространством культуры, языком, посредством которого осуществляется общение с другими людьми в данном пространстве, а также с реальной действительностью – семантическая взаимосвязь с обозначаемым предметом. «Семантика внешнего мира», воплощенная в информационном пространстве через сознание человека, является своеобразным хранилищем знаний о мире, которые «закрепляют и передают в межпоколенных связях общие и отличительные черты в жизни народов, миропонимание, мироощущение и мировоззрение народа, свой вариант образа мира». С данной позиции важнейшей функцией языка становится эпистемическая, заключающаяся в создании, хранении и передаче знаний о мире¹¹⁴.

¹¹⁴ Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1. С. 37–67 ; Виноградов В.В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. 4-е изд. М.: Рус. яз., 2001. 720 с. ; Гачев Г.Д. Ментальности народов мира. М.: ЭКСМО, 2003. 544 с. ; Звегинцев В.А. Язык и лингвистическая теория. М.: Эдиториал УРСС, 2011. 248 с. ; Лосев А.Ф. Словарь античной философии. 232 с. ; Потебня А.А. Эстетика и поэтика. М.: Искусство, 1976. 613 с. ; Фрумкина Р.М. и др. Представление знаний как проблема // Вопросы языкознания. 1990. № 6. С. 85–101 ; Шмелев Д.Н. Очерки по семасиологии русского языка. М.: Просвещение, 1964. 240 с. ; Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. М.: Учпедгиз, 1957. 186 с. ; Его же. Языковая система и речевая деятельность. Ленинград: Наука, 1974. 427 с.

Язык представляет собой форму отражения человеком окружающей действительности, опосредованную мышлением, которая формирует и конструирует информационное пространство. Информационное пространство вторично по отношению к языку, но с точки зрения создания, хранения и передачи информации выполняет ту же функцию, что и язык. В отличие от языка информационное пространство представляет информацию более разнообразными способами – мысленные образы воплощены не только при помощи устных и письменных текстов, но и дискурсов, визуальных образов – схем, рисунков, картин, видеосъемок, анимированных цифровых образов и так далее. В них воплощаются внеязыковые знания о мире, о которых говорит Ю.Н. Караулов. Отмечая, что слова являются элементами знаний о мире, исследователь включал их в общую систему знаний, которая расширялась за счет формирования новых смыслов. Новые смыслы формируются в информационном пространстве, в котором любые знания, поступающие из реальной действительности, проходят обработку не только рецепторами, но формируются на основе уже имеющихся представлений, которые дополняются, совершенствуются, заменяются и встраиваются в общую картину мира, воплощенную в информационном пространстве¹¹⁵.

Информационное пространство создается при постоянном участии коллективного сознания, находящего в нем наиболее полное воплощение, в отличие от индивидуального сознания. Формирование данного пространства происходит под воздействием трех основных факторов: языка, этноса и культуры. Культура и язык имеют непосредственное отношение к этносу. Культура, этнос и цивилизация разграничиваются довольно жестко¹¹⁶. Существуют разнообразные определения этноса, народа. Д.С. Лихачев предполагал, что народ – это одна из составляющих страны, вместе с природой и культурой¹¹⁷. Г.Д. Гачев считал, что народ – это материя жизни, включающая окружающий его мир; народ «развил самобытную, точно отвечающую данному месту природы материальную культуру

¹¹⁵ Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Москва : Наука, 1987. 198 с.

¹¹⁶ Будагов Р.А. Язык и культура: хрестоматия: в 3 ч. М.: Добросвет-2000, 2001. Ч. 1. 192 с.

¹¹⁷ Лихачев Д.С. Избранное: мысли о жизни, истории, культуре. 334 с.

и соответствующую психику, язык, мышление и так далее»¹¹⁸. Таким образом, рассмотрение этноса в качестве составляющего аспекта матрицы коллективного сознания требует сочетания факторов, действующих во внутреннем этнокультурном пространстве, а также внешних влияний и связей, граничащих с данным этносом внешнекультурных пространств других народов. Подход к реальной действительности в процессе познания и планирования в ней практической деятельности человека основывается на извлечении из нее отдельных знаний, частичного, заведомо не соответствующего прошлому опыту, и связанного с пониманием и интерпретацией действительности¹¹⁹. Наиболее ценным в данной работе является тезис о существовании объективной реальности вне сознания и независимо от него, которая не может быть отражена человеческим сознанием одномоментно и во всех подробностях. Отражение окружающей действительности происходит постепенно и в зависимости от различных условий, но основным показателем специфики такого охвата является язык.

Этническое пространство подразделяется на внутриэтническое и межэтническое, в которых язык выполняет две функции: первая – сплочение и интеграция этноса, вторая – дифференцирующая функция, позволяющая определить принадлежность индивида к этносу и культуре. Национальный язык является важнейшим этногенным признаком, в котором закреплена специфика национального характера и менталитета. В этническом пространстве основной функцией языка становится участие в систематизации представлений конкретного этноса о мире, формировании уникальной позиции, своеобразного взгляда на мир. Язык служит средством коммуникации, познания и мышления этноса, позволяет накапливать единицы знаний о мире, которые складываются в мировоззрение, культуру, национальную специфику народа¹²⁰.

Существующие концепции о выявлении национальной специфики отдельных народов и границ этноса и культуры не дают однозначного ответа на

¹¹⁸ Гачев Г.Д. Ментальности народов мира. М.: ЭКСМО, 2003. 544 с.

¹¹⁹ Лосев А.Ф. Мифология греков и римлян. М.: Мысль, 1996. 975 с.

¹²⁰ Чанышева З.З. Этнокультурные основания лексической семантики. Уфа, 2006. 44 с.

этот вопрос. Большинство ученых разделяет национальные и культурные аспекты в языке, но по разным основаниям¹²¹. Наиболее оптимальна с данной точки зрения концепция Д.О. Добровольского, который полагает, что национально-культурная специфика языковых единиц еще никем не определена и подразделяет существующие подходы на две группы: 1) редуccionистский подход, ограничивающий национально-культурную специфику реалиями, и 2) широкий подход, отражающий любые единицы языка, специфику которых можно представить в ценностных или мировоззренческих интерпретациях какого-либо этноса¹²². Однако автор концепции отмечает, что специфика одного языка всегда выявляется в сравнении с другим и на основе схожести некоторых культурных компонентов – компаративистский подход, и представление собственно носителей языка о национальной маркированности языковых единиц определяет интроспективный подход. Но при этом совершенно справедливо подчеркивает, что национальные языковые различия не сводятся только к культурным факторам. Объясняется это тем, что языковые национальные особенности не всегда имеют культурное значение, поскольку могут не иметь соответствий в нескольких культурных кодах.

Связано подобное положение вещей с тем, что в этнографических исследованиях больше внимания уделяется предметному исследованию проявления «интериорного» сознания (по Сепиру) в различных языковых явлениях, что, согласно Сепиру, всего лишь базовая часть культуры. Было бы логично привести общепринятую дефиницию культуры, но таковой не существует, а определения культуры в различных научных сферах зависят от позиции автора или развиваемых концептуальных положений. С.Г. Тер-Минасова приводит множество определений культуры, но выделяет одно – культурологическое: «Культура – совокупность результатов человеческой жизни и деятельности во всех сферах: производственной духовной, творческой, личной, семейной, это обычаи, традиции, образ жизни, взгляд на мир некоей группы

¹²¹ Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1987.

¹²² Добровольский Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии // Вопросы языкознания. 1997. № 6. С. 48–57.

людей в определенном месте и в определенное время»¹²³. В данном определении видна попытка охватить все проявления человеческой деятельности, которые сводимы к трем пунктам: 1) видимые результаты деятельности; 2) образ жизни; 3) мировоззрение сообщества людей, объединенного во времени и пространстве. Осознание отличий одной культуры от другой происходят при соприкосновении двух или нескольких культур, когда ранее привычные для носителей предметы и явления вдруг оказываются менее значимыми и понимаемыми совершенно с другой позиции. Наиболее показательны при этом сравнение видимых результатов деятельности и образа жизни представителей двух различных культур. Мировоззрение познается опосредованно, поскольку не может быть выражено во всей сложности и многообразии смыслов одновременно. Эта совокупность смыслов и есть культурный код¹²⁴.

Взаимодействие нескольких культурных кодов происходит при так называемом диалоге культур. Диалог культур – это познание иной культуры через свою, а своей – через другую путем культурной интерпретации и адаптации этих культур друг к другу в условиях смыслового несовпадения большей части обеих». Язык при этом является основным средством достижения понимания, инструментом обмена информацией. Он позволяет интерпретировать смыслы одной культуры, доступен для понимания другой. Сопоставление своей и чужой культуры позволяет найти общие культурные моменты и ощутить ценность каждой из них, невосполнимость и уникальность особенностей, несхожести и общности соприкасающихся народов¹²⁵. Происходящий в процессе взаимодействия обмен информацией называется межкультурной коммуникацией. Восприятие чужой культуры на этапе ее познания отличается чрезмерной

¹²³ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. 264 с.

¹²⁴ Карасик В.И. Культурные доминанты в языке. С. 3–16; Лукин В.А. Художественный текст: основы лингвистической теории. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Ось-89, 2005. 559 с.; Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. 458 с.; Новиков Л.А. Лингвистическое толкование художественного текста. М.: Рус. яз., 1979. 256 с.; Панов В.Г. Эмоции. Мифы. Разум. М.: Высш. шк., 1992. 252 с.; Питина С.А. Концепты мифологического мышления как составляющая концептосферы национальной картины мира. Челябинск, 2002. 364 с.

¹²⁵ Миронов В.В. Философия и метаморфозы культуры. М.: Современ. тетради, 2005. 424 с.

культивацией поступающей извне информации. Это вполне естественный процесс – новая информация разнообразит и дополняет уже имеющуюся картину мира, и поэтому играет важную роль в жизни воспринимающего общества. Позже, по мере «усвоения» или встраивания новой информации в матрицу коллективного сознания, она больше не воспринимается как нечто новое, обязательное для маркировки в качестве заимствованных знаний, находящихся отдельно в сознании представителей воспринимающей культуры. И происходит процесс переработки и преобразования заимствованных смыслов в речевые продукты, формально похожие на собственные. В итоге матрица коллективного сознания не отторгает их, но дополняет мировоззрение, обогащает воспринимающую культуру новыми смыслами. Далее происходит проникновение нового и преобразованного в внутриэтническую среду и, вполне возможно, в информационные пространства других культур, включая ту, из которой данные смыслы были заимствованы.

Часто во внутриэтнической культурной среде не происходит усвоения заимствованных знаний, что может быть сознательно культивируемым отказом представителей воспринимающей культуры пройти первый этап адаптации новых знаний и, обращаясь к знаниям чужой культуры, противопоставлять свое видение мира общепринятому в воспринимающей культуре. Такой процесс происходит при нежелании отождествлять собственную культуру с вновь полученными знаниями или противопоставить собственное мировосприятие матрице коллективного сознания, часто не имея никаких оснований. Но это частные случаи взаимодействия матриц коллективного и индивидуального сознания, которые будут рассмотрены в последующих пунктах (Миронов, 2005).

Тесная взаимосвязь действительности, культуры, мышления и языка признается большинством ученых, проводящих исследования сложного процесса отражения мира. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, отражение действительности происходит посредством языка, доставляющего информацию об окружающем мире в систему представлений о мире, формируемую мышлением, и от мышления когнитивно форматированная информация поступает и оформляется в языке. В то же время язык способствует образованию новых концептов, и в зависимости от

его характерных особенностей формируется понятие об объекте или явлении окружающего мира, и далее – система представлений о мире, воплощенная в матрице коллективного сознания¹²⁶.

Наиболее интересные процессы происходят при взаимодействии матриц коллективных сознаний во время соприкосновения разных культур. Необходимо отметить, что жесткое противопоставление изучения собственной и чужой культуры невозможно, поскольку сам факт выделения одной культуры возможен только благодаря наличию других – на их фоне, путем сопоставления, нахождения общего и отличного, выделяется и осознается своя культура. О соотношении своей и чужой культур писал М.М. Бахтин, полагавший, что «мы ставим чужой культуре новые вопросы, каких она сама себе не ставила, мы ищем в ней ответа на эти наши вопросы, и чужая культура отвечает нам, открывая перед нами свои стороны, новые смысловые глубины»¹²⁷. Автор считает, что творческое понимание чужой культуры не ведет к отказу от своей, но позволяет раскрыть обе культуры во всей их полноте и богатстве. Интересен в данном аспекте взгляд Г. Гачева на национальную культуру – каждый отдельный тип культуры является одновременно и объектом, и инструментом анализа-объяснения других культур¹²⁸.

Культура, по мнению этнологов, входит в число главных этнообразующих признаков. Об этом пишет Э.С. Маркарян: «Культура является наиболее целесообразным инструментом приспособления этноса к экологической нише»¹²⁹. Под экологической нишей в данном определении подразумевается место проживания этноса, приспособление к географическим условиям и организация наиболее оптимального этнического культурного пространства.

¹²⁶ Миронов В.В. Философия и метаморфозы культуры. 424 с. ; Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. 264 с.

¹²⁷ Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Худож. лит., 1979. 412 с.

¹²⁸ Гачев Г.Д. Ментальности народов мира. 544 с.

¹²⁹ Маркарян Э.С. Теория культуры и современная наука: логико-методолог. анализ. М.: Мысль, 1983. 284 с.

Компонент матрицы коллективного сознания «политическая и экономическая ситуация»

Компонент МКС «политическая и экономическая ситуация» показывает уровень развития общества, отражая в медийных публикациях важнейшие события из политической и экономической сферы социума. Политические и экономические новости, аналитические статьи на данную тематику могут быть маркером эпохи, показателем достижений и упадка, хотя, конечно же, акцентировать будут успешные моменты из жизни общества. Теоретическое исследование указанного компонента требует обращения к тщательному изучению политического и экономического дискурсов в непосредственной связи с медиадискурсом, что для настоящей работы представляет слишком большую область исследований. Однако необходимые нам концепты, относящиеся к контенту дискурса, могут быть выявлены при контент-анализе и отнесены к названному компоненту МКС с целью исчерпывающего анализа практического материала.

Компоненты матрицы коллективного сознания «творчество» и «информационное пространство»

Компоненты МКС «творчество» и «информационное пространство» так же, как и предыдущий, относятся к компонентам, охватывающим широкое поле для исследований. В компоненте «творчество» могут быть представлены концепты и сферы искусства, литературы, живописи, скульптуры, музыки, дизайна, моды и других творческих сфер жизни общества. «Информационное пространство» включает компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности в Интернет-пространстве. На формирование смыслов оказывает влияние широкий спектр достижений научной мысли и культуры, нашедших свое отражение в виртуальном семантическом пространстве: философия, психология, лингвистика,

филология, прагмалингвистика и другие отрасли человеческого знания. Как и предыдущий компонент, «информационное пространство» требует пристального и глубокого исследования, которое в рамках настоящего изыскания возможно лишь частично, поскольку поставлены конкретные цели в изучении отдельных феноменов Интернет-пространства. Поэтому в данном компоненте определены соответствующие концептуальные метакомпоненты, однако они будут практически проанализированы и интерпретированы во взаимосвязи с основополагающими для настоящего исследования частями МКС.

Выводы по главе 2

Медиадискурс – это одна из разновидностей дискурса, сознательная речемыслительная деятельность, тематически обусловленная в едином информационном континууме. Данный вид дискурса подразумевает наличие определенного новостного контента и соответствующего ему семантического наполнения, коммуникативных микро- и макроправил, когнитивных алгоритмов накопления, передачи и интерпретации знаний. Главная отличительная черта медиадискурса заключается в трансформации фактологической, оценочной и субъективной информации в медиатекст, опубликованный в прямом доступе большого количества реципиентов, принадлежащих различным слоям общества, владеющих разными языками. В медиадискурсе поступающая информация подвергается ряду когнитивных операций – концептуализации и преобразованию фактической информации в смысловые единицы, переводу имеющихся знаний по уровням понимания, когерентизации или синтезированию знаний различных форм и содержания, среди которых присутствует уникальный тип концептов, знание, свойственное исключительно медийному дискурсу, а также интерпретации в соответствии с интенциями коммуникантов.

Рассмотрение медиадискурса в качестве совокупности медиатекстов, имеющих схожие характеристики и взаимодействующих в медийном

информационном пространстве, подразумевает изучение когнитивных способов образования знания в медиадискурсе, коммуникативных процессов и роли СМИ в формировании социально значимых контекстов. Анализ медиатекстов с дискурсивных позиций позволяет расфокусировать внимание исследователей, сосредоточенное исключительно на психологических и социальных аспектах медийной речевой деятельности и направить его на коммуникативные, лингвистические и когнитивные характеристики. В связи с упомянутыми чертами медиадискурса необходимо отметить наличие институциональности, обусловленное работой с массовой аудиторией. Трансляция информации на множество реципиентов происходит по дискурсивным правилам формирования информационных концептов, регламентирующих, как репрезентируются и интерпретируются предоставляемые сведения.

Медиатексты, выстраивая гипертекстовые и иные типы взаимосвязи, создают медиадискурс в соответствии с определенными нормами репрезентации действительности. Виртуальный компонент, присутствующий в ткани смысловой репрезентации медиадискурса, сообщает некоторые правила инициирования и развития тем в медийном пространстве. Синтез и передача знаний о мире при помощи медиадискурса воплощается в сложном когерентном речевом произведении, содержащем фактические сведения о событии, фоновых знаниях о заявленной в сообщении темы, новом знании в рамках, индивидуальном опыте реципиента, схожем с репрезентируемыми в сообщении событиями.

Исследование столь сложных когнитивных образований требует выбора метода на основе матричного анализа концептов, представляющих тему медиатекста и сосредоточенных в заголовке сообщения. Общая тематика объединяет медиатексты как по формальным, так и по содержательным концептуальным компонентам, отражая определенную концептуальную область и сферу коллективного знания. Дискурсивный подход к исследованию обуславливает выбор когнитивного матричного анализа в качестве метода изучения медиадискурса, поскольку охват больших сегментов, состоящих и определенного числа медиатекстов, посвященных одной тематике и

выстраивающих отдельный информационный поток, возможен именно в матричном формате. Эвокативный методологический компонент в когнитивном матричном анализе заключается в возможности целостного рассмотрения медиатекста в качестве конечного продукта эвокации, реализующего возможность выстраивания не только новостного информационного потока, но и целых сегментов концептуального знания, определения типов концептов, которые будут задействованы в частях медиадискурса, их концентрацию и специфику.

В качестве основной оперативной единицы медиадискурса выделяется информационный концепт, который передает вербальное и невербальное содержание в медийном пространстве. Медиадискурс репрезентируется в виде совокупности областей информационных концептов, сконцентрированных согласно тематике и структурированных сообразно семантическим признакам, а также согласно формальным когнитивным схемам. В информационном концепте присутствует темарематическое ядро, в котором с темой сообщения органично сочетаются новостные рематические концепты. По объединению этих единиц обозначается тематическая отнесенность, концептуальная область, соответствующая компоненту матрицы коллективного сознания. В отдельности тематические элементы семантически связаны с актуальной темой и активными концептуальными областями, рематические – с объектами реального мира, репрезентирующие новую информацию, структурные составляющие – с уже зафиксированными в виртуальной реальности элементами, связь с которыми позволяет репрезентировать информацию о реальном мире в виртуальном пространстве.

Ядро информационного концепта представляет собой когерентный образ события, свернутое представление о произошедшем, описываемом в новостном, медийном сообщении. В языковом выражении информационный концепт представлен в виде заголовка к медиатекстам. Периферийные концептуальные области информационного концепта соответствуют когнитивным структурам «участники события», «время», «место», «интенция», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация». Данные области можно условно разделить на

несущие информацию о реальном мире и на адаптирующие информацию к виртуальному когнитивному пространству. Периферийные составляющие информационного концепта необходимы при интерпретации сообщения, раскрытии подробностей, а также для встраиваемости в виртуальное медийное пространство при условии сохранения функции репрезентации и передачи информации реципиентам массовой аудитории. Типы информационных концептов могут быть разными: тематические, рематические, верификационные, социологические и культурные.

Таким образом, информационный концепт становится единицей универсального медийного кода, кодирующего информацию, и распределяется по типам в соответствии с репрезентативной функцией и соответствующей концептуальной областью, представляющей компонент матрицы коллективного сознания. Коллективное сознание формирует особое ментальное пространство, которое вместе с функцией регуляции и моделирования общественных отношений реализует функцию хранения и накопления знаний о мире, о ценностях и достижениях этноса, об окружающих людях. Создаваемое коллективным сознанием ментальное пространство помогает членам сообществ осваивать окружающий мир, накапливать жизненный опыт и передавать знания последующим поколениям. В матрице коллективного сознания заключен общий код общественного устройства и парадигма социальных процессов, компоненты которых находят свое отражение в медиадискурсе.

Интернет-медиадискурс эксплицирует многие из указанных процессов, что позволило нам смоделировать матрицу коллективного сознания по отдельным информационным концептам, используя принцип выделения области синтагматических и парадигмальных отношений составляющих ее единиц. В качестве компонентов матрицы коллективного сознания были выделены следующие концептуальные области: территория (пространственный компонент), время (временной компонент), этнос (культурно-историческая общность), политическая и экономическая ситуация (уровень развития общества), творчество (искусство, литература, идеология, виртуальное информационное пространство),

творческое пространство (компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности). Первые три компонента являются концептуальными структурами, значимыми для настоящего исследования с точки зрения выбранного медиаматериала – текстов международной аналитики.

Компонент «территория» отвечает за ориентирование коммуникативной ситуации относительно события и эксплицирует связи с концептуальной областью напрямую, через топонимы, топографические данные, картографические, страноведческие, культурные сведения, которые могут быть соотнесены с конкретной местностью. Данный концепт ориентирует дискурс относительно коммуникативной ситуации, сообщая любому тексту когнитивные структуры, необходимые для включения в концептуальные области страноведческих знаний. Владение указанным компонентом матрицы коллективного сознания иноязычной культуры в межкультурной коммуникации способствует качественному выстраиванию дискурса.

Компонент «время», или «исторический момент» отражает восприятие действительности в динамическом аспекте в единицах измерения времени, а также в исторических концептах, содержащих информацию о культурном, социальном, политическом, экономическом, техническом развитии общества. С учетом воздействия упомянутой концептуальной области эффект данного компонента проявляется в способе восприятия: если метафоричекая соотнесенность соответствует определенной эпохе, то медиадискурс будет заимствовать образ данной эпохи и структурировать семантику в соответствии с представлениями людей, живших в это время.

Компонент «этнос» объединяет два типа знаний – знание об этносе самоидентификации и знания о других народах. В процессе взаимодействия с данной концептуальной областью происходит отражение одного культурного кода или совмещение нескольких в рамках одного медиадискурса. Основным средством достижения понимания является язык медиадискурса, позволяющий интерпретировать и адаптировать когнитивные системы двух и более культур, которые не совпадают даже при наличии одинаковых концептов. Восприятие

чужой культуры на этапе ознакомления отличается приданием чрезмерного значения поступающей информации. Новая информация разнообразит картину мира реципиентов, но позже, по мере встраивания информации в картину мира реципиента и – шире – в матрицу коллективного сознания. Она больше не воспринимается новой и не нуждается в маркировке в качестве новых знаний о чуждой культуре.

Компонент «политическая и экономическая ситуация» отражает важнейшие события современной жизни общества из политической и экономической социальной сферы. Компоненты «политическая и экономическая ситуация», «творчество» и «информационное пространство» охватывают огромный пласт содержательных медийных и когнитивных структур, широчайший спектр культурных, исторических, общественных и общечеловеческих знаний, который невозможно изучить в ходе отдельного лингвистического исследования, но и невозможно исключить из матрицы коллективного сознания, поскольку содержательные компоненты обязательно апеллируют к указанным концептуальным областям в рамках медиадискурса.

ГЛАВА 3. ЭВОКАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В МЕДИАДИСКУРСЕ

В главе 3 рассматриваются теоретические основы эвокативного воздействия в медиадискурсе, коммуникативная ситуация в эвокативном аспекте, контекст во взаимосвязи с компонентами матрицы коллективного сознания, а также разработан и применен когерентный контент-срез Интернет-СМИ, представлены его результаты в отношении стабилизирующей и деструктивной модели виртуального СМИ.

3.1. Философские и эвокативные аспекты коммуникации

Особенности виртуальной коммуникации имплицитно рассматривались у Э. Тоффлера: информация понималась в качестве одного из видов «сырья», воображение – способности порождать информацию. Средства обработки и порождения информации не являются собственно информацией, но формируют содержание концептов. Процессы информационного обмена в виртуальном медийном пространстве находятся в прямой корреляции с возможностями формирующих информационные потоки СМИ и пользователей Интернета. Виртуальная коммуникация характеризуется разной степенью мобильности, достоверности и уязвимости информации, разным уровнем восприимчивости, чувствительности коммуникантов, адресатов и адресантов информации¹³⁰.

Эвокация – это коммуникативный процесс, позволяющий общающимся определить точки соприкосновения и пути реализации объективно совпадающих интенций. Эвокативное воздействие в ходе информационного обмена в медиадискурсе осуществляется в процессе коммуникации реципиентов определенного информационного потока, и является более мягким способом по сравнению с пропагандой, предусматривающей настойчивую репрезентацию точки зрения автора дискурса с участием объекта воздействия или без него,

¹³⁰ Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 800 с.

направленное на динамичное убеждение в собственной правоте и в правильной презентации события, исторических фактов, картины мира¹³¹.

Эвокативное воздействие, в отличие от пропагандистского, позволяет сохранить цели объекта и бережно соединить их с целями субъекта путем поиска общих моментов и убеждения в правильности подхода коммуникантов. В ходе такой коммуникации определяются пути достижения совместно обозначенных целей. Эвокативное воздействие, согласно этимологии слова, вызывает у субъекта в памяти те образы, факты, аргументы, черты, ассоциации, которые могут быть осознаны объектом как непротиворечащие его позиции, его картине мира, представлениям о чем-то, а значит не вызывающие противоречий и отторжения. Будучи вербализованными в процессе эвокации, данные образцы могут корректировать ход коммуникативных процессов и направлять общающихся к поиску общих целей и обоюдовыгодному разрешению возникших противоречий.

Находясь в коммуникативной ситуации в качестве инициатора общения, эвокатор помогает объекту воздействия осознать те цели и задачи, в разрешении которых он заинтересован, и вывести объект на путь их достижения. В итоге может получиться свободное моделирование коммуникативной ситуации в соответствии с целями эвокатора, обусловленное исключительно динамикой коммуникации. Благодаря успешному осознанию общих интенций, получению и усвоению новой информации объект воздействия «встраивает» полученные концы в свою картину мира, не считая их навязанными, что может произойти при чрезмерной рекламе и пропаганде.

При помощи эвокации осознаются имплицитные коммуникативные цели, происходит придание им формы, дополнение содержанием, отдельными деталями. Такое осознание позволит коммуникантам считать **вновь** полученные знания своими, они не будут вступать в конфликт ни с картиной мира

¹³¹ Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. 3-е изд. М.: Либроком, 2013. 448 с. ; Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Языки рус. культуры, 1999. 896 с. ; Бюлер К. Теория языка. Репрезентативная функция языка. М.: Прогресс, 2000. 502 с. Борботько В.Г. Формы концептуализации идей как ценностей культуры в языковом сознании // Жизнь языка в культуре и социуме-3. М.: Ин-т языкознания РАН, 2012. С. 5–7 ; Борчиков С.А. Метафизика виртуальности. М.: [б. и.], 2000. 49 с.

общающихся, ни с объективно осознанной реальностью, что позволит ассимилировать и нейтрализовать коммуникативные противоречия¹³².

Эвокация также способствует частичной перекодировке и переосмыслению имеющейся картины мира, нейтрализации фреймовых переходов при сохранении когерентного образа предмета и явления действительности. Ее отличительным признаком от рекламы и прочих коммерческих воздействий является следующее: при эвокации с изменением коммуникативной ситуации меняется поведение общающихся в целом, в то время как реклама направлена на отдельный предмет действительности¹³³. Эвокация позволяет моделировать поведение коммуникантов, не навязывая и не оказывая явного и скрытого давления на объект¹³⁴.

Когерентизация также отличается от эвокации: когерентизация – это один из познавательных процессов, проявляющийся в законченной и объективной коммуникации. Эвокация же акцентирует обратную связь мира и субъекто-субъектных отношений между коммуникантами. Особенности медийной коммуникации при эвокативном воздействии реализуются в дополнительной объективации информационных процессов в СМИ, оперировании концептами виртуальной реальности, копирующей реальность в усеченном, свернутом виде, а также в схематичном, знаковом отражении реальности.

О процессе перекодировки вербальной информации писал Г.Г. Почепцов в монографии «Теория коммуникации», считая перекодировкой перевод

¹³² Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Языковое существование современного горожанина: на материале языка Москвы. М.: Языки славян. культур, 2010. 496 с.; Кожемякин Е.А., Попов А.А. Блогожурналистика как интердискурсный феномен // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 24, вып. 8. С. 201–209; Конфедерат О.В. Предельная интерпретация в аналоговом и цифровом отражении реальности: набросок к постфеноменологии восприятия. Челябинск: Энциклопедия, 2011. 116 с.; Михалева О.Л. Политический курс: специфика манипулятивного воздействия. М.: Либроком, 2009. 256 с. Мухин М.Ю. Категория синтагматического напряжения и лингвистический анализ художественного текста // Актуальные проблемы русистики. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1997. С. 163–165. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2003. 432 с. Николаева Т.М. Лингвистика текста // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста. М.: Прогресс, 1978. Вып. VIII. С. 5–31.

¹³³ Василенко Т.Н., Ожмегова Ю.В., Савочкина Е.А., Сим О.А., Чувакин А.А. Новые возможности лингвоэвокационных исследований. С. 83–95.

¹³⁴ Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения. 153 с.

вербальной сферы в невербальную с использованием культурных, надкультурных компонентов и экстралингвистических факторов¹³⁵. Подобную точку зрения высказывал Ю.М. Лотман, рассуждая о процессах столкновения кодов. Г.Г. Почепцов отмечает сигналы различной природы, используемые для обмена информацией в разных объемах. Минимальный обмен информацией предполагает использование культурных элементов и сигналы низкого уровня энергии, обмен максимальным объемом информации предусматривает надкультурный уровень, высокую интенсивность обмена. При использовании эвокативных элементов в коммуникации указанных объемов не происходит столкновения кодов любого уровня, с учетом культурных, надкультурных элементов или без них¹³⁶.

Названные особенности эвокативно протекающей коммуникации диктуют особый способ оперирования единицами знания, установления семантических, грамматических и синтаксических связей. Особое значение при учете перечисленных свойств эвокативной коммуникации получает коммуникативная ситуация и эвокативное моделирование.

3.2. Коммуникативная ситуация в эвокативном аспекте

В медиадискурсе протекание коммуникативных процессов обусловлено противостоянием информационных потоков, создающих благоприятные условия для формирования динамических методов и приемов распространения контентной информации, при реализации которых технические условия ограничиваются прикладной ролью, и на передний план выходит фактическая и коннотативная составляющие сообщения. Плотность и интенсивность информационных потоков, желание контролировать их в коммерческих целях,

¹³⁵ Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2006. С. 49–50.

¹³⁶ Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. С. 150–391 ; Его же. О моделирующем значении понятий «конца» и «начала» в художественных текстах. С. 427–429 ; Его же. Культура и взрыв. 272 с. ; Его же. Несколько мыслей о типологии культур // Языки культуры и проблемы переводимости. М.: Наука, 1987. С. 3–11 ; Почепцов, Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. 408 с. ; Его же. Стратегический анализ. Стратегический анализ для политики, бизнеса и военного дела. 335 с.

наработать и удержать аудиторию с целью эксплуатации ее потребительских интересов, а также военное, политическое противостояние в сфере киберпространства породило специфические ожидания у реципиентов, воспринявших данное противостояние как информационную войну. Ряд исследований по соответствующей проблематике с использованием термина «информационная война» вели С.Г. Кара-Мурза, Г.Г. Почепцов и многие другие исследователи, рассматривающие данное явление в политологическом аспекте¹³⁷.

В коммуникативном аспекте информационные войны представляют собой репрезентативную конкуренцию актуализованных в дискурсе (отрывок коммуникации) концептуальных составляющих картины мира коммуниканта и реципиента. Коммуникант продуцирует дискурс таким образом, чтобы оказать воздействие достаточной для замещения отдельных концептов интенсивности и побудить реципиента к определенным действиям, способствующим воплощению интенций автора. Процессы коммуникации и эвокации взаимно дополняют друг друга, эвокация является частью процесса коммуникации, поскольку отвечает за репрезентацию знаний о мире в текстовой реальности и передачу смыслов между коммуникантами с целью реализации их интенций.

Коммуникация актуализует все уровни системы знаний о мире, неявные, скрытые фоновые знания в том числе, эвокация подхватывает этот процесс и при помощи эвокативных средств формирует концепты явных и неявных знаний у реципиента. Формирование картины мира происходит в соответствии с условиями и когнитивными инструментами, которые предоставляет информационный поток, «вызвавший к жизни» и актуализовавший эти знания, сообщив им свойства, необходимые для встраивания в концептуальную картину мира коммуникантов. Благодаря изменяемости, мобильности и вариативности виртуальности можно с уверенностью утверждать, что воздействие имеет обоюдный характер и его ощущают картины мира не только реципиентов, но и коммуникантов-авторов медиадискурса.

¹³⁷ Кара-Мурза С.Г. Манипуляции сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2015. 521 с.; Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. 408 с.; Его же. Стратегический анализ. Стратегический анализ для политики, бизнеса и военного дела. 335 с.

Информационный поток в процессе эвокации через возникающую коммуникативную ситуацию создает своеобразный коммуникативный поток, который вместе с данными передает эмотивную, оценочную, образную и речемыслительную информацию, способствующую заимствованию ранее неизвестных форм мышления и выработке форм, приемлемых для коммуникантов в новом коммуникативном пространстве. В отрезке коммуникации, представляющем конкретный текст, информационный поток резко актуализует, делает доступным для коммуникантов основной коммуникативный инструментарий, ощущаемый как отличительные черты. Это могут быть жанровые, стилистические особенности, характерный набор лексики или грамматических конструкций, совокупность устоявшихся образов, эмоций, интенций коммуникантов, которые будут однозначно идентифицироваться с отдельным информационным или коммуникативным потоком. Коммуникативный поток разнообразней по своим компонентам, так как передает не только фактическую информацию и сообщает ей форму передачи сообщения, но и создает поток на коннотативном уровне через передачу эмоций, образов и интенций коммуникантов. В информационном потоке репрезентация знаний о мире осуществляется нейтральной и формальной, в коммуникативном потоке становится возможен обмен так называемой эмотивной и образной информацией, необходимой для более легкого встраивания чисто информативных концептов в картину мира коммуникантов.

В данном ракурсе коммуникативная ситуация становится источником, порождающим информационный и коммуникативный потоки. Все составляющие коммуникативной ситуации формируют эти потоки и определяют такие его характеристики, как:

- протяженность во времени (актуальность);
- соответствие ожиданиям целевой аудитории (тематический спектр);
- наличие объективно верифицированных фактических данных об окружающей действительности (формирование адекватного представления об окружающем мире и условие эффективности коммуникации);

– наличие необходимого набора эмотивно-окрашенной лексики, оценочных суждений, адекватных коммуникативной ситуации и фактическому материалу (эмотивная и мотивационная коннотативная сфера);

– процесс эвокации будет способствовать выработке ситуационного орнамента как устойчивой составляющей преобразований в концептуальной картине мира. Визуально это похоже на греческий орнамент, изображающий волну: повторяющийся элемент одинаков, но в информационном потоке репрезентируется с разных тематических и стилистических ракурсов.

Первые три пункта относятся к информационному потоку, все пять пунктов относятся к коммуникативному потоку, поскольку добавляются эмотивные и оценочные коннотации, а также появляется выделенный нами новый компонент – коммуникативно-ситуативный орнамент. **Коммуникативно-ситуативный орнамент – это совокупность лингвистических и экстралингвистических факторов, вербализованных в отдельной коммуникативной ситуации на информационно-фактическом, эмотивно-коннотативном и оценочно-верификационном уровнях дискурса.** Если информационный поток может «протекать» через ряд медиатекстов, то коммуникативный поток ограничен дискурсами и представлен на уровне медиатекстов в имплицитике контента, объединенного гипертекстовыми и иными связями в единый медиадискурс. С формальной точки зрения, коммуникативно-ситуативный орнамент – это последовательность структурно повторяющихся и легко воспроизводимых в различных тематиках ситуаций, представляющих собой целостный мировоззренческий образ, не разложимый на дальнейшие составляющие, не являющийся элементарным, но обладающий явно выраженными характеристиками, легко идентифицируемыми в процессе коммуникации носителями общего культурного кода.

Прежде чем приступить к рассмотрению элементов коммуникативно-ситуационного орнамента как такового, необходимо объяснить выбор атрибута «ситуация» при создании этого термина. Учитывая теоретические положения М.М. Бахтина о речевых жанрах как об особых моделях высказывания,

воплощающихся в различных речевых ситуациях, можно утверждать, что речевая ситуация обладает определенной жанровой структурой¹³⁸.

Развивая эту мысль, многие исследователи, такие как Т.М. Матвеева, Д.Н. Шмелев, используют понятие модели в качестве базисного понятия, воплощающего устойчивое сочетание тематики, стиля и композиции, но реализуемого с помощью различных наборов языковых средств. М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова продолжают исследования в рамках подхода М.М. Бахтина, используют принцип ситуативно-жанровой стратификации и рассматривают речевой жанр как тип текста с определенным набором ситуативных параметров. Они анализируют ситуации бытового общения различных тематик, используя в качестве материала не только устную речь, но и письменные тексты, рассматривая их в контексте определенной ситуации, и устанавливают их общие ситуативные характеристики¹³⁹.

Продолжая развитие идей Бахтина вслед за названными исследователями, можно отметить следующую последовательность действий при воплощении невербального замысла адресанта в вербальный коммуникативный продукт. Выбирая лексические, грамматические, фразеологические единицы для реализации своего замысла, адресант встраивает их в определенную жанровую модель, которая реализуется в речевой ситуации. Речевая ситуация, таким образом, представляет собой воплощенный инвариант речевого бытия, в котором задействованы не только упомянутая жанровая модель, но и целая совокупность коммуникативных и экстралингвистических факторов. Рассмотрим подробнее инвариант речевого бытия во всей совокупности языковых, жанрово-дискурсивных, коммуникативных и экстралингвистических компонентов.

¹³⁸ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Собрание сочинений. М.: Рус. словари, 1996. Т. 5 : Работы 1940–1960 гг. С. 159–206.

¹³⁹ Матвеева Т.М. Перцептивная категория вкуса и лингвистические средства ее реализации. Челябинск, 2005. 200 с. ; Шмелев Д.Н. Очерки по семасиологии русского языка. 240 с. Китайгородская М.В. Розанова Н.Н. Языковое существование современного горожанина: на материале языка Москвы. 496 с. ; Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. 408 с. ; Его же. Стратегический анализ. Стратегический анализ для политики, бизнеса и военного дела. 335 с. ; Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. С. 159–206. ; Его же. Эстетика словесного творчества. 412 с.

Языковые компоненты будут объединять соответствующие интенции коммуниканта-адресанта информации: фонетические, морфологические и лексические единицы, грамматические и синтаксические структуры, жанровые и стилистические особенности. Жанровые компоненты в данном случае включают тематическую и рематическую смысловые структуры медиатекстов, стилистические характеристики и композиционные формы медиатекстов. Коммуникативные компоненты охватывают коммуникантов в эвокационном единстве – коммуниканта и реципиента, коммуникативные роли адресанта и адресата, сменяемые и объединяемые в зависимости от реализации медиадискурса, каналы передачи информации, цель, средства (в том числе и эвокативные), место и время коммуникации, а также эмотивную и оценочную тональность. Экстралингвистические компоненты представлены социальными характеристиками коммуникантов, адресанта и адресата (адресатов) – пол, возраст, опыт, образование, статус, культурная принадлежность и так далее), экономическая и политическая ситуация в обществе, идеология (по Т. ван Дейку – детерминирует социальные отношения в обществе в целом)¹⁴⁰.

Жанрово-дискурсивные компоненты, объединяющие выделенные перечисленными ранее исследователями составляющие устной и письменной речи, также предполагают коммуникативную основу, поскольку медиадискурс не актуализуется вне коммуникации: интенции коммуникантов в эвокативном и медиативном объединении *homo loquens*. Эвокативное объединение коммуниканта и реципиента в коммуникативном *homo loquens* нагляднее всего представлено именно в медиадискурсе и обусловлено фактом не только продуцирования, но одновременно восприятия и потребления собственного дискурса самим коммуникантом, не только реципиентом. К данным компонентам относятся тематика медиатекста, особенности стиля, топики, последовательность коммуникативных ходов, пошаговая композиция или дискурсивный рисунок

¹⁴⁰ Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск. 308 с.

коммуникации, реализуемые в процессе эвокации интенционалы и экстенционалы, дискурсивные микро- и макроструктуры¹⁴¹.

Жанровые, а значит и языковые характеристики создают основу для дальнейшего развития коммуникации. Интенция адресанта закладывается при помощи коммуникативной ситуации и ее составляющих. План содержания, равно как и план выражения также присутствуют и актуализуются при формировании информационного потока в коммуникативной ситуации и превращения его в коммуникативный поток. Причина несоответствия плана содержания плану выражения – трансляция мысли в информационном потоке, где ее оформление неполно. Происходит искажение, сокращение смысла в момент помещения вербализованной мысли в информационный поток, поскольку сопутствующая информация и пересекающиеся смыслы нивелируют, сокращают, «разрывают» когерентность мыслительного образа, лучше сохраняя фактическую информацию (хоть и не всегда), но намеренно или непреднамеренно разрушая, дополняя и заменяя эмотивно-оценочный коннотативный уровень медиатекстов.

Межкультурная и межъязыковая эвокация подразумевает репрезентацию медиатекста в различных языковых средах и соответствующих сегментах виртуальности. Ситуативный орнамент формируется теми, кто оформляет и организует информационный поток в точке его преобразования¹⁴². Развивая мысль К. Левина о модели привратника (gatekeeper), можно утверждать, что субъекты коммуникации, представленные в коммуникативной ситуации адресантами, отбирают тематику, факты, средства, тональность, время, место и канал передачи информации. Все эти факторы в совокупности определяют тот путь, который пройдет информация до конечного адресата по информационному и коммуникативному потокам. Эвокативные процессы при этом призваны предоставить больше информационных и коммуникативных точек соприкосновения коммуникантов, принадлежащих разным культурам и говорящих на разных языках. Коммуникативно-ситуативный орнамент как

¹⁴¹ Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. 656 с.; Его же. Смешанная коммуникация в художественном тексте: основы эвокационного исследования. 126 с.

¹⁴² Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. 656 с.

семиотическая структура противодействует информационному деструктивному воздействию на систему знаний и представлений человека о мире. Миф и ритуал информационной войны являют собой особую структуру знаний и представлений человека о мире, обладающую устойчивостью к внешнему коммуникативному воздействию. Поэтому коммуникативно-ситуативный орнамент – это наиболее простой способ воплощения, сохранения и передачи знаний, являющийся формой репрезентации и передачи бытийной, культурной, экзистенциальных знаний о мире не только членам определенной культурно-исторической общности, но и представителям других культурных сообществ.

1.3. Контекст в компонентах матрицы коллективного сознания

Контекст, соотносимый с матричными смысловыми компонентами, такими как культурно-историческая общность, время и пространство, творческое и собственно информационное пространство, реализует их через наличие в тексте публикаций лексических и семантических показателей. Если учесть, что виртуальные публикации любого массмедиа стремятся к редуцированию информации, наибольшая концентрация смысловой нагрузки приходится на заголовок и первый абзац медиатекстов. Подобный феномен объясняется тем, что электронные СМИ и виртуальные площадки для предоставления информации пользователям вынуждены сокращать сообщение с целью быстрой и компактной подачи сведений о событии. Поэтому чтобы заинтересовать потенциального реципиента информации, придумываются броские, противоречивые заголовки, кратко подающие тему последующего медиатекста, и в первом абзаце (лиде) содержатся как правило основные ремы, предоставляющие новую, а, значит, самую интересную для реципиента информацию о событии¹⁴³.

¹⁴³ Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. 335 с. ; Винокур Т.Г. Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего // Русский язык в его функционировании: коммуникативно-прагматический аспект. М.: Наука, 1993. С. 58 ; Гаврилова Е.Д. Репрезентация знаний оценочного характера в языке // Типы знаний и их репрезентация в языке. Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина,

В качестве показателей принадлежности контекста к матричному смысловому компоненту может выступать целый ряд языковых признаков:

1. Лексемы, содержащие ядерные и периферийные концепты данного матричного компонента.

2. Граммемы или иные формальные показатели соотнесенности с матричными компонентами. Например, синтаксическое строение медиатекста, последовательность коммуникативных ходов в дискурсе и так далее.

3. Тема и целевая установка, интенция автора и коннотативный ряд медиатекста.

Отнесенность контекста к лингвокультурным компонентам матрицы коллективного пространства, наличие в которых большого числа чистых концептов свидетельствует об акцентуации именно данного параметра коллективного сознания, может быть определена также и по следующим показателям:

1. Компонент культурно-исторической общности: апелляция к этническим характеристикам и образу жизни отдельных народов, истории отдельного этноса, к архитектурным памятникам с установленной культурной принадлежностью, обычаям и традициям, к жизни и творчеству известных людей с акцентуацией их этнического происхождения, к отдельным достижениям национальной экономики, политики, спорта и так далее.

2. Компонент времени: частичное или полное упоминание времени суток, дня, года, текущих и памятных дат, апелляция к событиям, которые большей частью происходят в определенное время дня или ночи, времени года и так далее, что коннотативно может указывать на отношение к фиксированной дате.

2007. С. 140–149; Горелов И., Енгальчев В. Безмолвный знак: рассказы о невербальной коммуникации. М.: Молодая гвардия, 1991. 240 с.; Дубовицкая Е.Ю. Аппроксимация как прототипическая категория // Типы знаний и их репрезентация в языке. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2007. С. 150–156; Зусман В. Концепт в системе гуманитарного знания // Вопросы литературы. 2003. № 2. С. 3–29; Ильин И.П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1996. 225 с.; Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?. 375 с.; Ее же. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 375 с.; Лосева Л.М. Как строится текст. М.: Просвещение, 1980. 94 с.; Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Канон+, 2012. 240 с.; Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. 462 с.

3. Компонент реального пространства: указание топонимов, описание местности, расположения зданий и людей, исторические коннотации с определенными населенными пунктами и зданиями в них, апелляция к географическим названиям, их этимологии, значении для общественной жизни жителей или всего социума, культурно-исторические характеристики отдельной местности, апелляция к топонимическим особенностям и раскрытие перспектив их развития в социальном, экономическом и политическом планах.

4. Компонент виртуального пространства: указание координат узлов Интернета, IP пользователей, крупных информационных порталов и отдельных сайтов, ссылки на сопутствующие Интернет-ресурсы, наборы ссылок по определенной тематике, связки коммерчески и тематически объединенных Интернет-порталов, электронных баз данных и библиотек, закрытых и скрытых сегментов Интернета.

5. Компонент творческого потенциала: апелляция к инновациям в науке, технике, культуре, экономике, промышленности, медицине и так далее; апелляция к искусству, сфере досуга и развлечений, апелляция к эмотивной составляющей, культурной и художественной сфере общественного бытия; отражение пародийных, фольклорных творческих явлений в жизни общества и виртуальной реальности, попытки творческой реализации как признанных деятелей искусства и культуры, так и дебютирующих представителей творческой сферы.

6. Компонент информационного пространства: апелляция и моделирование собственно информационной среды, создание открытых и доступных источников информации, стремление к достоверности публикуемых сведений, апелляция к органам власти, официально существующим образовательным, общественно-политическим, культурным учреждениям, создание ресурсов официальных СМИ и представителей блогосферы, основание и поддержка пользовательских ресурсов с целью освоения и практического использования информационного пространства самими пользователями – получателями и преобразователями информации в различные типы медиатекстов.

Констатация наличия любого сочетания концептуальной и коннотативной составляющей из вышеперечисленных семантических полей в контексте первого абзаца публикации, чаще всего выносимого в анонс на главной странице сайтов в рассылке новостной или иной информации, позволяет сделать вывод о принадлежности рассматриваемого медиатекста к МСК. Медиатексты, чей контекст может быть однозначно идентифицируем в рамках определенного матричного смыслового компонента, являются отдельными элементами, информационными «кирпичиками», формирующими данный семантический компонент общекультурного информационного континуума, представляющего смысловое поле реализации коллективного сознания социума¹⁴⁴.

Чистый информационный концепт, включенный в контекст матричного смыслового компонента, представляет информационное содержание, касающееся основной тематики раскрываемого сообщением события. Чаще всего рубрика на виртуальной страничке определяет одно из направлений тематического информационного потока и будет отражать главную тему целого ряда публикаций. Рубрика обычно обозначается одним словом, что удобно для концептуального анализа: основная тема публикаций выражена одним концептом, который тематически включен во множество публикаций и является тематическим ядром для них, вокруг которого группируются периферийные концепты, рассредоточенные по публикуемому медиатексту.

Размещение ядерного концепта в контексте анонса публикации может иметь эвокативный эффект воздействия на реципиента при наличии отрицательных и положительных коннотаций. Коннотативные смыслы могут быть одной из составляющих концепта или контекста и являются определяющими для эвокативного воздействия всего текста. Коннотативные смыслы могут оказать положительное воздействие, если не содержат и не создают логических, социальных, культурных и межличностных отношений. Отрицательное

¹⁴⁴ Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. 225 с. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? 375 с. ; Ее же. Основы психолингвистики и теории коммуникации. 375 с. ; Лосева Л. М. Как строится текст. 94 с. ; Луман Н. Реальность массмедиа. 240 с. ; Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. 462 с.

воздействие на реципиентов достигается при внесении противоречий и сомнений, при логическом, эмоциональном, общественно-политическом, экономическом противопоставлении и иных социально-значимых противоречиях.

В итоге мы получаем следующие формулы первичной смысловой организации медиатекстов, по которым представляется возможным провести когнитивный контент-срез отдельного медиаресурса:

1. Контекст + чистый тематический ядерный концепт + коннотации^(положительная);

2. Контекст + чистый тематический ядерный концепт + коннотации^(отрицательная).

В первом случае предположительный эвокативный эффект будет работать на «оздоровление» эмотивного информационного фона, на укрепление логических, причинно-следственных и концептуальных смысловых связей как в отдельной публикации, так и в матричном смысловом компоненте.

Во втором случае предположительный эвокативный эффект будет деструктивным, дезорганизуя смысловую структуру. Если на уровне отдельной публикации этот эффект будет минимальным, то возникнет эмотивный дискомфорт при восприятии медиатекста. На уровне коллективных матричных смысловых компонентов, присутствующих в каждом индивидуальном сознании, обнаружатся противоречия, которые могут существенно повлиять на поведение реципиента, подсознательно определяя его решения в повседневной жизни, которые могут быть не согласованы с коллективным опытом, отраженным в МКС. Подобные противоречия опасны тем, что возрастающий подсознательный дискомфорт реципиента будет усугубляться при каждом восприятии медиатекстов со смысловой структурой, нарушенной отрицательными коннотациями. К тому же такое поведение, продиктованное смещенными компонентами МКС, будет вступать в противоречие с поведением реципиентов с устойчивой МКС.

Необходимо отметить, что именование «положительные» и «отрицательные» коннотации требует некоторого уточнения. Положительные

коннотации и концепты с подобным значением могут обозначать передачу положительных эмоций, а могут и не обозначать: сведения с негативными коннотациями также не всегда противоречат логике и нарушают смысловую структуру МКС, но служат средством ее подспудного укрепления. Например, сообщения о техногенных катастрофах и происшествиях не противоречат логике самосохранения культурно-исторической общности, и при размещении чистых информационных концептов в контексте этого смыслового компонента МКС могут эвоцировать совершенно обратный эффект – положительные эмоции поддержки и сочувствия обозначенного контекстом этноса.

Например, массовые сообщения о катастрофе на АЭС в Японии, несмотря на очевидные отрицательные негативные коннотации, связанные со страхом перед непредсказуемостью технических неполадок, сэвоцировали опасение за жизнь, здоровье и благополучие проживающих рядом людей, вызвали множество откликов реципиентов, свидетельствующих о сопереживании, поддержке и сочувствии к пострадавшим. В данном случае сработал так называемый механизм коллективного самосохранения, свойственный любому человеческому обществу, и упоминание этноса и сопутствующих этнических характеристик не привело к разжиганию межнациональной ненависти и вражды, приводящее к нарушениям и рассинхронизации матричных смысловых компонентов у реципиентов информации¹⁴⁵.

Приведенный выше пример показал, что концепты с негативом могут иметь положительный эвокативный эффект для матричного компонента в целом. Таким образом, смысловой компонент МКС, предоставляющий контекст для актуализации фактического материала сообщения, получает эвокативный эффект от моделирования сообщения, и избежать стабилизирующего или деструктивного влияния на МКС в индивидуальной картине мира при восприятии комбинированной информации нельзя. При возрастающем потоке деструктивных медиатекстов, не разделяемым сопутствующими, встречаемыми информационными

¹⁴⁵ Лосева Л. М. Как строится текст. 94 с. ; Луман Н. Реальность массмедиа. 240 с. ; Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. 462 с.

потоками, опасность дестабилизации МКС может возрасть, поскольку множество даже не связанных друг с другом представителей целевой аудитории воздействия придет к схожим деструктивным выводам.

Для сравнения приведем пример деструктивного влияния, на первый взгляд, положительной информации о борьбе с техногенными катастрофами в отдельно взятом регионе. Контекст будет соотноситься с культурно-исторической общностью, а концепты – со сведениями о техногенных катастрофах. Для наглядности в данном случае определим содержание чистых концептов и обозначим в качестве таковых фактические сведения о событии, по известной формуле подачи новостей «что, где, когда, кто и как». Если в контекст, описывающий отдельный регион или этнос, помещается сообщение, к примеру, о статистике техногенных катастроф в данном регионе и упоминается этническая принадлежность виновников каких-либо происшествий, то интерпретация реципиентом изложенной в сообщении информации может сместиться в сторону негативной характеристики упомянутой культурно-исторической общности, что совершенно неприемлемо с позиции нормо-этических представлений о работе с информацией.

Именованное коннотаций положительными или отрицательными с традиционных позиций медиаисследований предполагает наличие положительной или негативной эмотивной составляющей значения концепта. С точки зрения эвокации значимым становится эффект воздействия сочетания контекста, чистых информационных концептов и коннотативных аспектов сообщения с последующим влиянием на поведение реципиента и его представления об окружающей действительности. Эвокативный эффект от отдельного сочетания смысловых компонентов в свою очередь подразделяется на стабилизирующий и на деструктурирующий коллективную смысловую матрицу. Причем эвокативный эффект сам по себе не несет эмотивной составляющей, он может только способствовать ее созданию при соответствующем моделировании медиатекста.

1.4. Когерентный контент-срез Интернет-СМИ

Когерентный контент-срез представляет собой инструмент определения текущего эвокативного состояния отдельного медиаресурса на основании матричного анализа контента продуцируемых им медиатекстов в означенный период времени. Когерентность матрицы выражается в одновременном учете и анализе соотношений контента, имеющего разную социокультурную семантику. Подсчет частотности употребления лексики определенной тематики осуществлялся в соответствии с пересечением матричных компонентов, учитывающих две тематики (один квадрат матрицы), целую строку или столбец, который развивает одну тему в ряде подтем или рем. Преобладание компонентов одного уровня или сочетание схожих по темам уровней свидетельствует об одномоментном поднятии избранных тем. Эвокативное воздействие этих тем может быть оценено при сравнении с актуальной новостной повесткой в медиадискурсе, с редакционной и корпоративной политикой (если речь идет о виртуальном медиаресурсе), с индивидуальными предпочтениями в случае отдельного Интернет-блога, дневника, личного сайта¹⁴⁶.

Прежде чем приступить к использованию социокультурного матричного анализа для когнитивного контент-среза, необходимо определить преобладающую тематическую направленность анализируемого ресурса, чтобы исключить оценку эвокативности основной тематической линии. Она будет представлена в срезе, но может и не иметь в определенный момент времени решающего эвокативного эффекта, уступая его актуальной новостной тематике всего медиадискурса или отдельного сегмента Интернета. В то же время вербализация значимой с эвокативной точки зрения тематики может означать наличие информационной атаки в определенном социокультурном семантическом поле отдельно взятого информационного пространства. В качестве идентифицирующего признака последнего может выступать как языковое,

¹⁴⁶ Кожемякин Е.А. Дискурсный подход к изучению институциональной культуры. 243 с. ; Луман Н. Реальность массмедиа. 240 с. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. 462 с. ; Мышкина Н.Л. Динамико-системное исследование смысла текста. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1991. 212 с.

культурное и социальное своеобразие сегмента общесоциокультурного информационного континуума, так и экономическая отделенность, поскольку доступность информации часто ограничивается коммерческими интересами владельцев, учредителей целого ряда ресурсов.

Наиболее простым способом использования когнитивно-матричного анализа может служить определение наличия эвкативного компонента как такового в публикациях медиа, блога, отдельной Интернет-странички. Анализ могут быть подвергнуты тексты информационной, медийной направленности, исключая чисто коммерческие тексты, чья тематика полностью или частично преследует коммерческие интересы, описывая, рекламируя товар и услуги. Подобные тексты могут нести так называемую имплицитную идеологическую нагрузку, но напрямую это не связано с представляемыми ими коммерческими интересами коммуникантов, скорее является сопутствующим и часто мешающим осуществлению непосредственной коммерческой цели таких медиатекстов и дискурсов.

Таким образом, наиболее подходящим материалом для исследования будут виртуальные страницы и интернет-сайты информационных агентств, Интернет-изданий политической, общественно-политической, военной, экономической, геополитической направленности – то есть всех тех открытых источников концентрации, анализа и интерпретации информации совокупного общественно-значимого характера. Информация, предоставляемая такими источниками медийной информации, имеет решающее значение для всего информационного пространства, поскольку события, отраженные в них, обладают большой общественной и социальной значимостью.

Учитывая глобальный характер современного информационного пространства, охватывающего практически все развитые этносы в виртуальном медийном дискурсе, представляющие свой медийный контент, в котором отражается их культурное и лингвистическое своеобразие, применение когнитивно-матричного анализа на материале разных языков может дать довольно исчерпывающие сведения о протекании коммуникативных процессов в

медиадискурсе, о месте эвокации среди них, об особенностях языковой реализации эвокативных средств. Необходимо учесть также, что лингвистические коды и языки публикаций могут объединять большое количество медиатекстов различных тематик, авторы которых принадлежат к различным этносам и культурам. Но общие представления об объектах и явлениях окружающего мира, делающие возможным коммуникацию как таковую, могут апеллировать к схожим семам в разных языках, нисколько не обедняя, скорее дополняя содержание медиатекстов¹⁴⁷.

Для анализа текущего информационного фона, создаваемого отдельным Интернет-изданием в занимаемом им сегменте информационного континуума, можно провести когнитивно-контентный срез с использованием матрицы коллективного сознания. Анализ может быть осуществлен следующим образом: в качестве чистых информационных концептов в матрицу включаются рубрики издания, опубликованные в них статьи, заметки, комментарии и другие медиатексты анализируются на соотнесенность с матричными смысловыми компонентами и интерпретируются в зависимости от реализуемых ими в информационном пространстве функций. Соотнесенность с матричными смысловыми компонентами определяется контекстом, в который «погружен» чистый информационный концепт, представленный рубрикой.

Когнитивный контент-срез осуществляется через анализ указанных компонентов МКС, чистых информационных концептов и элементарных смысловых составляющих отдельного медиатекста. Когерентный анализ медиатекста предусматривает темарематическую основу изучения медиатекста, поскольку рассмотрение смысловой структуры такого текста напрямую зависит от раскрываемой темы. В зависимости от темы медиатекст занимает определенную позицию в медиадискурсе, располагается и визуально формируется в медийном виртуальном пространстве, устанавливает гипертекстуальные, интертекстуальные, логические, инференционные и иные типы смысловых

¹⁴⁷ Ильин И.П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. 225 с.; Луман Н. Реальность массмедиа. 240 с.; Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. 462 с.

интердискурсивных связей. Стандартная формальная структура медиатекста продиктована специфическими особенностями медиадискурса, основной целью и функцией которого является быстрое, доступное и непрерывное предоставление общественно значимой и иной информации всем заинтересованным реципиентам.

После установления тематических и рематических, ядерных и периферийных концептов, последние проверяются на соотнесенность с матричными смысловыми компонентами, устанавливаются их взаимосвязи и взаимоотношения в рамках матрицы коллективного сознания. Далее определяется количество стабилизирующих и деструктивных в отношении МКС смысловых элементов, и на основании преобладающего количества делается вывод о эвокативной эффективности текущего состояния медиадискурса на отдельно взятом виртуальном медийном объекте, или ресурсе. Иными словами, когерентный контент-срез с использованием матрицы коллективного сознания полагает в качестве цели изучить и описать общий медийный информационный фон, создаваемый ресурсом в конкретный момент времени и при описании актуальных для него событий, объектов и явлений окружающей действительности.

Интерпретация результатов когнитивного контент-среза относительно эвокативного эффекта для медийного пространства может быть проведена относительно каждого матричного смыслового компонента с учетом когнитивных механизмов, которые задействуются при актуализации одного и нескольких компонентов МКС. Необходимо помнить, что МКС обладает колоссальной устойчивостью и приспособлена для функционирования при любых сложных обстоятельствах существования общества, крайне редко претерпевает изменения в основополагающих компонентах, отличительные характеристики которых однозначно идентифицируются как этнические особенности социума.

При эвокативном моделировании медиатекстов коммуникант задействует различные ориентировочные когнитивные механизмы, которые позволяют ему реализовать свои интенции и достичь каких-то поставленных коммуникативных целей (Таблица 4). В одном контексте могут быть использованы один и несколько

матричных смысловых компонентов, сочетание которых необходимо для отражения явления действительности или сегмента окружающего мира¹⁴⁸. В таблице ниже приведены когнитивные механизмы ориентации медиатекста относительно окружающей действительности и соответствующие им матричные смысловые компоненты:

Таблица 4. Когнитивные механизмы ориентации и соответствующие компоненты матрицы коллективного сознания

Номер	Когнитивные механизмы ориентации	Матричные смысловые компоненты и их сочетания
1.	Выбор точки отсчета во времени и пространстве.	Территория, исторический момент, политическая и экономическая ситуация.
2.	Установление перспективы и способа видения окружающего мира.	Этнос, культурно-исторические этнические и общенациональные ценности, идеология.
3.	Сравнение и сопоставление полученной информации.	Политическая и экономическая ситуация, информационное пространство.
4.	Фильтрация информации и фокусировка внимания на наиболее значимых деталях.	Информационное пространство, культурно-исторические этнические и общенациональные ценности, идеология, политическая и экономическая ситуация.
5.	Абстрагирование и схематизация полученного опыта.	Информационное пространство, идеология, творчество, ценности.
6.	Формирование целостной коллективной концептосферы или матрицы коллективного сознания, встраивание вновь полученных концептов в коллективную концептосферу, представленную информационным пространством.	Медиа, информационное пространство (сегментированное в соответствии с языком; Интернет как отражение матрицы коллективного сознания в виде информационного пространства, заданного различными языковыми и неязыковыми факторами).

¹⁴⁸ Чувакин А.А. Смешанная коммуникация в художественном тексте. 138 с. Хартман П. Текст, тексты, классы текстов // Проблемы теории текста. М.: [б. и.], 1978 ; Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996. 208 с.

Рассмотрим приведенные выше механизмы подробнее.

1. Выбор точки отсчета во времени и пространстве. При написании медиатекста происходит смысловое моделирование временных и пространственных рамок, вне зависимости от размера текста и значимости описываемого события, используемых языковых средств. Выбираемые коммуникантом пространственные ориентиры могут иметь различную смысловую природу. Это могут быть территориальные, пространственные ориентиры, топонимы и географические характеристики местности, частичное или полное описание месторасположения описываемых событий, действующих лиц относительно зданий, дорог и так далее.

В территориальном смысловом компоненте могут быть представлены как фактические сведения из общепринятой системы территориального ориентирования (названия, официальное территориальное деление, система координат, ориентирование по сторонам света, метрические данные о расстоянии), так и художественное описание местности, подробности расположения строений, населенных пунктов, особенности проживания в какой-либо местности, трудности, специфика ведения хозяйственной деятельности – все перечисленные факты формируют у реципиента медиатекста представление о территориальной отнесенности описываемого события.

Временные характеристики могут быть выражены концептами времени, дат, описанием сезонов, исторических событий и подробностей, через которые однозначно идентифицируются временные рамки. Сведения о времени и пространстве, в которых разворачиваются описываемые сообщением события, дополняются описанием политической, экономической ситуации, что дает более полное представление о жизни общества в данный момент времени. В итоге в контексте оказываются задействованы три матричных смысловых компонента: территория, исторический момент, политическая и экономическая ситуация. Перечисленные компоненты создают акцентуированный контекстуальный фон для описания события, задающий временные и пространственные рамки, которые помогают реципиенту лучше понять сообщение и установить логические

причинно-следственные связи, сделать логически обоснованные выводы о происходящем.

2. Установление перспективы и способа видения окружающего мира. Данный когнитивный механизм имеет непосредственное отношение к коллективно накопленным и передающимся в языковой картине мира знаниям. Чаще всего данный когнитивный механизм апеллирует к жизненному опыту нескольких поколений, воплощенному в готовых решениях для общеизвестных и часто встречающихся в жизни ситуаций. Знания, заключающиеся в этнической картине мира, чаще всего передаются в семье и среди ближайших родственников индивида и касаются определенных исторических и социальных условий, в которой жили и существовали многие поколения отдельно взятого народа. Спектр накопленных знаний может быть чрезвычайно широк – от способов ведения хозяйства до путей урегулирования бытовых, межличностных, межклановых, вплоть до государственных отношений и так далее. Важные этапы исторического развития этноса находят свое отражение в языке, фольклоре, литературе, образе жизни, обычаях и привычках представителей народов. Поэтому для смыслового моделирования этнически обусловленного контекста часто привлекаются контекстуальные составляющие, указывающие на коллективно накопленный жизненный опыт, прослеживается этнический колорит в виде обычаев, национальных особенностей в межличностных отношениях, в выстраивании дискурса и текстов в процессе коммуникации, подборе аргументации и языковых средств при общении.

Включение в контекст обычаев, знаковых событий и фигур из истории отдельного народа, отсыл к авторитетному мнению уважаемых представителей этноса, а также к культурным, географическим и языковым особенностям, характеризующим определенную народность, имеет важное значение.

Необходимо учесть, что различные родные языки, на которых могут общаться коммуниканты, регламентируют свой коммуникативный стиль, свои правила мены коммуникативных ролей и свой порядок следования коммуникативных ходов. Вдобавок существуют целые наборы отрицательных и

положительных коннотативных значений, которые могут быть приемлемы для собеседников одной этнической общности, и категорически неприемлемы для представителей другого народа. Исторические факты из жизни одного этноса могут быть неизвестны представителям других народов, что тоже может породить непонимание и препятствовать коммуникативному процессу.

Контекстуальное обращение к общечеловеческим, религиозным, этническим ценностям создает предпосылки для задействования когнитивных схем этнического поведения, обращения к подсознательным механизмам оценки происходящего. Привычные с детства схемы поведения, когнитивные образования и концепты, усвоенные в национальной языковой среде, до конца жизни остаются преобладающими в поведенческих паттернах человека.

Наличие идеологем, или идеологических концептов в современной науке и публицистике отрицается, к данной тематике обращаются лишь для создания негативной коннотации, негативного информационного фона для последующего сообщения каких-либо фактов, подлежащих обструктивному представлению. Но идеологические составляющие присутствуют в информационном пространстве, в котором курсируют потоки официальной информации. Идеология – это официально признанный набор общечеловеческих, культурных, этнических ценностей, которые разделяются большинством в обществе. Концепты, содержащие знания о подобных ценностях, реализуются в официальных документах декларативного характера, и могут находиться в неявной, но осознаваемой форме как часть содержания других концептов, часто используемых в публичной части информационного пространства.

Таким образом, при активизации данного когнитивного механизма в контекст попадают следующие матричные смысловые компоненты: этнос, или культурно-историческая общность, культурно-исторические, этнические, общенациональные, идеологические ценности.

3. Сравнение и сопоставление полученной информации. Данный механизм базируется на мыслительных и речемышлительных механизмах, которые большей частью относятся к психофизиологии головного мозга, но речь все же идет о

языковой когниции. При ориентации в информационном пространстве относительно события, которое описывает сообщение, реципиент привлекает дополнительные информационные ресурсы, которые дополняют и систематизируют сведения относительно других схожих событий. Если учесть, что большинство информации в медийном пространстве касается общественно-значимых тем, то дополнительная информация будет поступать из политико-экономической сферы. Остальное информационное пространство привлекается в качестве опоры для анализа события, упорядочения смысловых элементов и активизация познавательных процессов концептуализации и категоризации. Встраивание получившихся форм знаний в концептуальную картину мира, создание смысловых и формальных связей с уже существующими значениями и является коммуникативной задачей информационного пространства.

Необходимо отметить, что концептуальная картина мира индивида не существует отдельно от общего, коллективного пространства. Концептуальная картина мира постоянно находится в контакте с информационной реальностью, в процессе которого она пополняется смыслами, верифицирует имеющуюся систему знаний и обеспечивает динамику познавательных процессов. Пространство в данном случае поставляет не только информативное сообщение, но и целый информационный базис для познания окружающей действительности. В итоге виртуальный ресурс, который не просто сообщает информацию, но и снабжает ее огромным количеством тех же гиперссылок, интенсивно использует именно когнитивный механизм сравнения и сопоставления информации и весьма интенсивно. При восприятии информации в виртуальном пространстве реципиент получает «в нагрузку» огромный слой гипер- и метатекстовой информации, которая из простого медиатекста конструирует сложный и не всегда повторяющийся при повторном прочтении гипертекст с центральной темой и различными способами ее раскрытия. Не всегда ясно, по какой гиперссылке пройдет реципиент и какие концептуальные структуры будут им восприняты.

Виртуальное пространство предоставляет грандиозные возможности для межличностной коммуникации. Особенности виртуальной межличностной

коммуникации заключаются в возможности почти мгновенной передачи сообщения и получения реакции на него в виде ответного сообщения, по которому можно судить об эффективности коммуникационного воздействия. Необходимо отметить, что виртуальное информационное пространство предоставляет возможности для создания так называемого «виртуального собеседника» – программы, которая с достаточной степенью сложности и адекватности генерирует виртуальные ответы на коммуникационные запросы пользователя. Часто подобная реакция записывается в комментариях к статьям, в общении в чате, где запрограммированный собеседник может довольно удачно моделировать общение, поддерживать тему и успешно выстраивать меню коммуникативных ходов так, что реальный собеседник продолжает общение и замечает неестественность «поведения» коммуниканта лишь спустя несколько реплик. В «неестественной» виртуальной коммуникации когнитивные механизмы сравнения и сопоставления информации приобретают исключительную важность, поскольку эффективность такого общения трудно оценить в привычных параметрах. Сопоставление реплик «виртуального» собеседника в процессе коммуникации, выявление повторов и неадекватной ответной реакции на уточняющие вопросы реципиента приводит к верификации коммуникативного процесса в целом и к установлению подлинности собеседника в виртуальном информационном пространстве.

4. Фильтрация информации и фокусировка внимания на наиболее значимых деталях. Информационное пространство, культурно-исторические этнические и общенациональные ценности, идеология, политическая и экономическая ситуация. Медиадискурс в виртуальном пространстве разворачивается в соответствии с макроправилами его построения, которые упорядочивают информацию в соответствии с закономерностями человеческого мышления. Познавательный процесс отражает опыт и знания человека в единицах информации, их категориях, устанавливает взаимосвязи между ними и постепенно создает общую картину мира. Точно также и информационное пространство копит, классифицирует и обобщает жизненный опыт пользователей.

Но обилие информации, которое физически не может быть воспринято человеком в полном объеме, может быть доступно лишь частично, и реципиент вынужден отбирать из предложенного то, что ему необходимо. Первичная фильтрация информации осуществляется при первом контакте со всем корпусом медиатекстов посредством имеющихся в виртуальности инструментов управления контентом.

Элементы упорядочения информации присутствуют в медиадискурсе в различных видах – от контентной и рекламной метрики до мощных информационных потоков, охватывающих одновременно большое количество публикаций в информационном пространстве, посвященных одной тематике. Если метрика предполагает подсчет параметров уже опубликованной информации, то информационные потоки регулируют своеобразное следование актуальной теме, оставляя на периферии интересов реципиентов публикации, недостаточно полно и соответствующе освещающих событие. Вокруг информационного потока формируется своеобразное «поле», «притягивающее» различные по форме публикации, но касающиеся определенного круга сем и лексики, относящейся к актуальной теме. Тематические составляющие информационных сообщений коррелируют с ожиданиями целевой аудитории, контекстуальным, локутивным и перлокутивным оформлением текстов и дискурсов. В число фильтров таким образом могут входить технические и контентные характеристики создаваемых в медийном пространстве публикаций. Технические фильтры – это параметры Интернет-страниц, форматы других СМИ, технические ограничения социальных сетей и «пабликов», онлайн-дневников и так далее. Контентные фильтры – это семантические предпочтения коммуникантов и реципиентов при раскрытии тем, политика изданий, авторские стили, блоггерские дневниковые, имиджевые, личные и коммерческие страницы, принадлежащие отдельным пользователям или имеющие корпоративную принадлежность, все те художественные выразительные средства, официально-деловые контентные рамки, коммерческие тексты, создаваемые по установленному шаблону.

Вторичная фильтрация информации в медийном дискурсе осуществляется лично реципиентом, подбирающим необходимые ему СМИ, настраивающим интерфейс по обработке виртуальной медийной информации и периодически согласовывающим свои предпочтения со своей трудовой деятельностью и предпочтениями.

5. Абстрагирование и схематизирование полученного опыта. Абстрагирование полученного посредством информационного медийного пространства жизненного опыта происходит практически параллельно с восприятием, пониманием и усвоением сведений, в процессе формирования концептов, категоризации и когерентизации жизненного опыта. Дело в том, что виртуальное информационное пространство само по себе отличается высокой степенью абстрагированности, схематизации и концептуализации отраженных и зафиксированных в нем знаний. Творческое преобразование знаний в процессе познания объективной реальности происходит с учетом интенции медийных коммуникантов, которые формируют образ потенциального реципиента и выстраивают свое сообщение максимально близко к доступной для них форме. Заранее просчитанные технические и контентные параметры позволяют коммуникантам быстро и качественно создавать медийные тексты с просчитываемым воздействием на пользователей.

Необходимо отметить, что основными показателями оказания воздействия на целевую аудиторию являются количественные параметры: количество просмотров, упоминаний определенных семантических и лексических единиц и т.п. психологические и метрические приемы в большинстве случаев рассчитаны на коммерческий эффект – реклама, продвижение корпоративной и персональной тематики, мнений, точек зрения, экспертных оценок и так далее. В медиадискурсе присутствует существенный семантический пласт как результат креативной, фольклорной, творческой, идеологической деятельности коммуникантов и реципиентов в медийном информационном пространстве. Чаще всего перечисленные информационные концепты используются для ретатического и

художественного обрамления событийных данных, актуальных тем, коммерческих, корпоративных сведений.

6. Формирование целостной коллективной концептосферы, матрицы коллективного сознания, происходит при встраивании вновь полученных концептов в коллективную концептосферу, представленную информационным пространством. Коллективная концептосфера представлена в семантическом пространстве медиадискурса через весь корпус текстов, визуальных и аудиальных воплощений информации. Виртуальное информационное пространство технически фиксирует и визуализирует корпус текстов, их тематические, экономические объединения, объединения по интересам, семантические зависимости в виде ряда отзывов, комментариев, параллельных публикаций о происходящих событиях и пр. Медиадискурс в виртуальности охватывает не только публикации СМИ, но и любое письменное и устное высказывание пользователей, поскольку они создаются в тесной семантической среде, плотно насыщенной информацией с огромным количеством гипертекстовых связей, технических и семантических, с возможностями мгновенной систематизации и верификации воспринятых сведений.

Сегментирование виртуального медиадискурса происходит в зависимости от технических возможностей пользователей. Существование так называемого «глубокого» Интернета, который доступен профессиональным пользователям или тем, кто создает скрытые от поисковиков страницы и узлы связи, свидетельствует о том, что технически реализуемый медиадискурс имеет множество уровней восприятия и может быть реализован как во взаимодействии с доступным большим массам пользователей публичным информационным пространством, так и непосредственно рядом с ним без ощущения речевого воздействия со стороны медийного пространства. Таким образом, медиадискурс в виртуальном пространстве занимает большой сегмент Интернета.

Виртуальный медиадискурс отличается быстрым оборотом информации, которая предназначена для широкого круга реципиентов. Представляется возможным считать медиадискурсом только указанную часть виртуального

пространства. Именно данный участок является отражением матрицы коллективного сознания, поскольку быстрый оборот информации выявляет важные семантические поля, в которых концентрируются единицы знания определенного порядка и способствуют созданию новых концептов, упорядочиванию имеющихся, чем создают предпосылки для развития и взаимодействия коллективных концептосфер. Коллективные концептосферы содержат в явном и скрытом виде этнические картины мира, которые также сегментируют виртуальное пространство, как уже говорилось, прежде всего, по признаку языка коммуникации. Контактируя в виртуальном пространстве, этнические картины мира проявляют себя в нахождении общих семантических точек, но чаще приходят в столкновение. И не всегда подобные столкновения оправданы наличием интересов – сказывается разное восприятие действительности, разница культур, религий, географических и экономических условий жизни, текущей политической ситуации, оказывает влияние и целенаправленный или случайный подбор коммуникантов и реципиентов. Происходит постоянное поступление новой информации от коммуникантов, сформированных в другой мировоззренческой системе. Эта информация, при постоянном повторе в связи с различными событиями, в различных контекстах, может быть быстро усвоена реципиентами с отличной этнической и языковой картиной мира, но сходными общечеловеческими и культурными парадигмами.

Необходимо отметить, что матрица коллективного сознания служит информационной средой для создания и порождения когерентных моделей понимания реальности и квазиреальности. Данное свойство отмечали еще А. Эйнштейн, В.И. Вернандский, М. Планк, когда писали о потребности человека создавать индивидуальную куртину мира, семантически сбалансированную и позволяющую игнорировать постоянно поступающий поток однообразных ощущений. «На эту картину и ее оформление человек переносит центр тяжести своей духовной жизни, чтобы в ней обрести покой и уверенность...»¹⁴⁹. В настоящее время благодаря техническим возможностям моментального и

¹⁴⁹ Эйнштейн А. Собрание научных трудов: в 4 т. М.: Наука, 1967. Т. IV. С. 136.

взаимосвязанного виртуального воплощения большого количества информации сфера духовной жизни визуализуется и протекает во взаимодействии с другими реципиентами, в условиях постоянного взаимного влияния. В виртуальном пространстве автор сообщения и реципиент ведут себя одинаково: воспринимают, навязывают или игнорируют ту информацию, те единицы знания, которые наиболее соответствуют комфортному им психическому состоянию и адекватной их знаниям картине мира.

1.4.1. Когерентный контент-срез стабилизирующей модели СМИ

Стабилизирующие концептуальные компоненты встраиваются в картину мира и дополняют ее, не нарушая смысловых и формальных связей между элементами. В целом данный принцип часто постулируется теорией журналистики и заключается в стремлении СМИ, формирующих медийный дискурс, предоставлять своей целевой аудитории достоверную, разнообразную, актуальную информацию в интересной, удобной для восприятия и усвоения форме. Ближе всего в современной структуре медиадискурса к реализации данной цели подходят крупные информационные новостные агентства, которые имеют все возможности быстрой доставки широкому кругу реципиентов своевременной и проверенной новостной информации. Дальнейшее распространение по виртуальному медиадискурсу поставляемой ими информации происходит посредством других участников медийной коммуникации – от профессиональных изданий и объединений до блоггеров и отдельных пользователей. Полученная реципиентами фактическая информация снабжается контекстом, который формируется на основе общего направления и особенностей редакционной политики, стиля медиа-коммуникантов, которыми могут быть как коллективы авторов, так и единичные участники коммуникации. К конечному реципиенту – пользователю данная информация поступает в определенном стилевом и жанровом формате.

Для исследования стабилизирующих смысловых компонентов МКС, присутствующих в модели сайтов новостных агентств, мы обратились к сайту Информационного телеграфного агентства России (ИТАР-ТАСС) и провели когерентный контент-срез по информационному состоянию виртуальной страницы на 31.07.2014. В качестве репрезентантов ядерных тематических концептов выступают рубрики издания, лингвистическими средствами проявления которых являются фактические данные, семантически соответствующие их тематике. Лингвистические средства проявления компонентов матрицы коллективного сознания в заголовках и кратких анонсах новостей анализируются через контекст, в котором представлены фактические данные (таблица 5).

Фактические данные, относящиеся к тематике, выделены курсивом. Дейктические показатели или маркеры контекста выделены жирным шрифтом.

Таблица 5. Тематические концепты – рубрики «Главное», «Кризис на Украине», «Политика», «Международная панорама»

Темы МКС	Главное	Кризис на Украине	Политика	Международная панорама
Этнос (культурно-историческая общность)		<i>Ситуация на Украине. Хроника событий. 31 июля</i>		<i>Нетаньяху: Израиль уничтожит сеть тоннелей боевиков вне зависимости от переговоров.</i>
Территория (пространственный компонент)	Россия может остановить импорт всей растительной продукции из Европы . Россельхоз-надзор собирает доказательную базу по случаям поставок европейской продукции с карантинными для России объектами.		<i>Путин принял отставку губернатора Алтайского края Александра Карлина.</i>	<i>Власти Австралии объявили 7 августа днем траура по жертвам крушения Boeing.</i>
Исторический момент (временной компонент)	<i>MasterCard: изменение условий работы в РФ</i> окажет негативное влияние на годовую выручку Речь идет о примерно \$50 млн, заявил исполнительный директор компании Ажай Банга.	<i>Ситуация на Украине. Хроника событий. 31 июля</i>		
Политическая и экономическая ситуация (уровень развития общества)	Под новые санкции ЕС попадают Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Внешэкономбанк, Россельхозбанк. Санкции действуют год с возможностью пересмотра через 3 месяца.	<i>Представители ДНР участвуют в переговорах представителей контактной группы в Минске.</i>	<i>В "Единой России" считают, что мэр Екатеринбурга Ройзман должен покинуть свой пост.</i> Обвинение просит приговорить Гаскарова к 4 годам за участие в беспорядках на Болотной.	<i>Рада не поддержала отставку Арсения Яценюка с поста премьер-министра Украины.</i>

Творчество (искусство, литература, идеология, виртуальное информ. пространство)				
Информационное пространство (компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности: философия, психология, лингвистика, филология)	<i>Кучерена: речь о каком-либо политическом убежище для Сноудена не идет. Экс-сотрудник американских спецслужб имеет временное убежище в России, напомнил его адвокат, подчеркнув, что ранее в СМИ были неправильно поданы его слова.</i>	Пресс-секретаря мэра Одессы уволили за высказывания в социальных сетях. Госком-телерадио Украины может запретить пророссийские печатные издания.	ФМС не комментирует информацию, что Сноуден запросил в РФ <i>политическое убежище.</i>	<i>Слушания по делу Литвиненко ожидаются в январе.</i>

Таблица 5 (продолжение). Тематические концепты – рубрики «Общество», «Экономика и бизнес», «Происшествия», «Культура», «Наука»

МКС \ Темы	Общество	Экономика и бизнес	Происшествия	Культура	Наука
Этнос (культурно-историч. общность)	<i>"Корпус мира" приостанавливает миссию в Западной Африке из-за эпиде- мии лихорадки Эбола.</i>		<i>Прокуратура ЮАР подготовила окончательное обвинение против паралимпийца Писториуса.</i>	<i>Путин предложил восстановить в Кремле разрушенные Чудов и Вознесенский монастыри.</i>	<i>ФМБА: Россия близка к решению вопроса о жизнеобеспечении космонавтов в полете на Марс.</i>
Территория (простр. компонент)	<i>Синоптики понизили уровень опасности московской жары с</i>	<i>Крымский мост дотянулся до бюджета.</i>	<i>Рослесхоз: в России горят 3 млн га лесов. Число жертв схода</i>	<i>В Польше стартует знаменитый музыкальный</i>	<i>Европейский грузовой корабль ATV-5 стартовал к МКС.</i>

	"красного" до "оранжевого"	<i>Россельхознадзор впервые обнаружил опасный гормон роста в мясе из ЕС.</i>	<i>оползней на западе Индии</i> возросло до 23 человек.	<i>фестиваль "Остановка Вудсток".</i>	
Исторический момент (временной компонент)				Семьдесят лет назад погиб <i>Антуан де Сент-Экзюпери.</i>	
Политическая и экономическая ситуация (уровень развития общества)		Судья ЕСПЧ заявил о наличии у России оснований оспорить вердикт по иску ЮКОСа. Депутаты ГД предлагают удвоить розничную цену на сигареты – до <i>100-120 руб. за пачку.</i>	Мэр Екатеринбурга Ройзман <i>дает показания</i> в <i>Следственном комитете по делу Кинева.</i>		
Творчество (искусство, литература, идеология, виртуальное информационное пространство)	<i>Роскомнадзор: при оценке популярности блогов</i> будут считать только уникальных читателей.			В Москву впервые приедет театр Джеки Чана.	Неисправность в оптике космичес-кого телескопа <i>"Гайя"</i> устранена. <i>Новосибирские инженеры</i> нашли способ повысить мощность ядерных реакторов.
Информационное пространство (компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности)	<i>ФАС проверяет размещение в Facebook рекламы лекарства от рака.</i>				

Предварительный анализ результатов когерентного контент-среза виртуальной странички ИТАР-ТАСС показывает наличие контекстуальных апелляций практически ко всем компонентам коллективного сознания. Наиболее частыми оказались апелляции к территориальному, этническому компоненту, а также к компоненту политической и экономической ситуации. Наименьшее количество концептов насчитывает компонент исторического момента, учитывающего временную семантику. Компонент «творчество», включающий концепты из семантического поля искусства, литературы, идеологии (всех сфер общественного бытия, порожденных ментально), несмотря на изначальную соотнесенность с тематическим концептом и рубрикой «Культура», имеет всего три концепта. Метакомпонент «информационное пространство» также присутствует, но в наименьшем варианте репрезентации – всего одна контекстуальная соотнесенность. В целом интерпретация среза свидетельствует о социальной, политико-экономической тематической ориентированности издания, об освещении событий широкого спектра – на важные внутривнутриполитические и экономические, равно как и значимые международные изменения текущей информационной ситуации.

Специфика крупного новостного агентства предполагает сбор и передачу информации в форме, отличающейся стремлением к наименее эмоциональной подаче материала, чтобы СМИ иных форматов могли заимствовать сведения и раскрывать тему в привычном или регламентированном редакционной политикой контексте. Однозначно определить составляющие контекста СМИ помогает:

- 1) определение формата;
- 2) выбор тематик;
- 3) положения редакционной политики;
- 4) центровка относительно информационного мейнстрима;
- 5) наличие спонсоров и групп экономического и политического влияния;
- 6) ориентация на более крупные СМИ, включая новостные ресурсы;
- 7) репрезентация в медиадискурсе для массовой аудитории – аккаунты в соцсетях, базах данных и так далее.

В дальнейшем событийная информация, снабженная контекстом с набором соответствующей перечисленным параметрам лексики и коннотаций, распространяется через СМИ, блоги, форумы, соцсети, личные и коммерческие страницы. В целом медиадискурс представляет собой корпус медиатекстов, имеющий концентрическую и древовидную структуру. Если представить реальное событийное пространство, из которого черпают информацию крупные новостные агентства, то оно в виртуальной реальности находится в центре концентрически расходящейся древовидной структуры, от которой расходятся информационно связанные последовательности медиатекстов СМИ, блогов, социальных сетей. Все медиатексты, продуцируемые ресурсами в виртуальном медийном пространстве гипертекстово выстраиваются в информационные цепочки. Проходя через них, сведения снабжаются контекстом, и многократное повторение заимствованной информации с определенными коннотациями создает информационное поле особой эмоциональной силы, которое удерживает всех коммуникантов и реципиентов, предоставляя или даже диктуя им выбор лингвистических, художественных и формальных средств выражения. В совокупности указанный конгломерат медиатекстов, создаваемых и категоризируемых СМИ, порождает тематическое поле, формирующее концепты, соответствующие представленной в нем картине мира. Картина мира, формируемая множеством представителей одной этнической группы, создает в виртуальном пространстве целые кластеры взаимосвязанных концептов, фреймов, сценариев и коннотаций, которые, учитывая широту и семантическую насыщенность виртуального пространства, а также способность к многократному воспроизводству в медийных и иного вида текстах, могут быть названы идеологемами. Идеология – одна из культурных сфер, способная создавать альтернативную реальность и жесточайшим образом детерминировать поведение индивида, поэтому все идеологические концепты, сформированные в медиадискурсе, обладают отмеченным ранее свойством – через максимальную эмоциональную насыщенность за счет соединения медийно соформированных

коннотаций. Медийность коннотаций обусловлена их связью с компонентами МКС, представленными и закреплёнными в медиадискурсе.

На примере когерентного контент-среза ресурса ИТАР-ТАСС рассмотрим соотносённость заголовков и анонсов публикаций с компонентами МКС и эвокативное речевое воздействие на реципиента. Оно заключается в насыщении событийной информацией определённого компонента МКС, который обогащает коннотативно и эмоционально, выстраивается логично, позволяя формировать, пополнять и заимствовать тезаурус различных компонентов МКС. Идеологический тезаурус существенно отличается от привычного понимания, в котором весь корпус лексики собран по принципу специализированного тематического соответствия профессиональной сфере с отражением семантических отношений. Идеологический тезаурус состоит из идеологем – медийных единиц знаний, концептуально сформированных и объединённых в кластеры по различным тематикам. Принцип объединения в кластеры в данном случае детерминируется семантической соотносённостью с компонентом МКС, представляющим семантическое поле для создания концептов определённого плана.

Анализ контент-среза ресурса ИТАР-ТАСС показывает, что публикации распределены по компонентам МКС следующим образом:

1. «Этнос» – 6 публикаций
2. «Территория» – 8 публикаций
3. «Исторический момент» – 3 публикации
4. «Экономическая и политическая ситуация» – 6 публикаций
5. «Творчество» – 3 публикации
6. «Информационное пространство» – 5 публикаций.

«Этнос», или культурно-историческая общность, получила в данном контент-срезе 6 публикаций, в которых наблюдается обращение к условиям, в которых в настоящий момент времени находятся целые народы: «*Ситуация на Украине. Хроника событий. 31 июля*», «*Нетаньяху: Израиль уничтожит сеть тоннелей боевиков вне зависимости от переговоров*», «*"Корпус мира"*

приостанавливает миссию в Западной Африке из-за эпидемии лихорадки Эбола». Все приведенные примеры ориентируют на когерентную эвокацию сведений о тяжелой политической и экономической ситуации в названных странах: военные конфликты на Украине и в Израиле, изменения эпидемиологической обстановки в Западной Африке, то есть части континента. Следующие примеры из семантического поля компонента «этнос» относятся к собственно этносу русского языка, на котором передается информация: **«Путин предложил восстановить в Кремле разрушенные Чудов и Вознесенский монастыри»** и **«ФМБА: Россия близка к решению вопроса о жизнеобеспечении космонавтов в полете на Марс»**. Выделенные жирным шрифтом лексемы также способствуют когерентной эвокации единиц знаний, связанных с ними в медийном пространстве: фамилия главы государства и упоминание Кремля в одном предложении вместе с конкретизацией – Чудов и Вознесенский монастыри – эвоцирует в картине мира русскоязычного реципиента культурные, политические и территориальные знания, которые сопровождаются положительными коннотациями от осознания возрождения культурного наследия. Второй пример относится к рубрике «наука», и содержит сообщение о научном открытии с указанием страны, чьи ученые его совершили. Обозначение научной проблемы *«жизнеобеспечении космонавтов в полете на Марс»* эвоцирует в памяти реципиента обращение к концептам с информацией об упомянутой научной отрасли, о достижениях российских ученых в данной научной сфере и о ближайших прорывных перспективах. Соответственно, сопровождающие сообщение коннотации будут реализовываться через положительные эмоции, вызываемые данным сообщением.

Второй компонент МКС «территория» насчитывает 8 соотнесенных публикаций и является пространственным компонентом, ориентирующим реципиента в пространстве относительно события. Примеры **«Россия может остановить импорт всей растительной продукции из Европы. Россельхоз-надзор собирает доказательную базу по случаям поставок европейской продукции с карантинными для России объектами»**, **«Власти Австралии объявили 7 августа**

днем траура по жертвам крушения Boeing» и «Путин принял отставку губернатора Алтайского края Александра Карлина» в качестве средств выражения пространственного ориентирования относительно названия государств и одного из регионов РФ. Событие центрировано относительно государств, которые выступают в качестве субъектов действия, что гипотетически предполагает у реципиента способность оценить глобальное значение события в сфере международных отношений. Потенциальная вовлеченность в международные дела позволяет реципиенту почувствовать свою ответственность за принимаемые решения, особенно если они исходят от государства, на чьей территории реципиент проживает.

Примеры «*Синоптики понизили уровень опасности московской жары с "красного" до "оранжевого"*», «**Крымский мост** дотянулся до бюджета», «*Россельхознадзор впервые обнаружил опасный гормон роста в мясе из ЕС*», «**Рослесхоз: в России горят 3 млн га лесов**», «*Число жертв схода оползней на западе Индии возросло до 23 человек*» демонстрируют территориальную соотнесенность события или объекта действия. В первом примере субъектов выступают синоптики, оценивающие событие, которое имеет прямое отношение к климату обозначенного региона. Территориальная соотнесенность во втором примере затрагивает не только событие, но эвоцирует целый ряд единиц знаний, связанных с различными сферами: топоним «Крым» в контексте сопутствующих новостей напоминает о присоединении Крыма к России, о финансовом участии в его восстановлении и определяет сферу социального бытия, в которой произошло данное событие. Упоминание ведомств федерального уровня (Россельхознадзор и Рослесхоз) снова относит реципиента на соответствующий уровень принятия решений, о которых сообщается в публикации. Реципиент снова оказывается гипотетически вовлеченным в процесс оценки принятого решения, попытки объяснить которое эвоцируют дополнительные единицы знаний о текущей ситуации в стране и в мире, апеллируют к другим новостям и фоновым знаниям реципиента.

Примеры «**Европейский** грузовой корабль *ATV-5* стартовал к *МКС*» и «В **Польше** стартует знаменитый *музыкальный фестиваль "Остановка Вудсток"*» тематически относятся к рубрикам «культура» и «наука», в которых важным для первичного восприятия новости становится пространственный территориальный компонент. В первом случае это центровка события через территориальную отнесенность субъекта. Во втором случае – классическое сообщение о месте, где событие произошло. Для полноценного понимания новости реципиент должен быть в курсе последних новостей о Польше и России (на момент публикации новости произошло охлаждение отношений между странами, и был отменен год польской культуры в РФ). Эвокация фоновых знаний позволит глубже понять значение новости: знание о самом фестивале и публикации новости о нем в одном из крупных русскоязычных СМИ покажет, что, несмотря на политические неурядицы, российская новостная аудитория интересуется польской культурой.

Следующий компонент МКС «исторический момент» имеет сравнительно небольшое количество соотнесенных публикаций, что объясняется спецификой новостного жанра – прямая эвокация знания истории не столь часто используется при подаче новостей, происходящих «здесь и сейчас». Единственной причиной использования данного компонента МКС в новостях может быть апелляция или сравнение с происходившими ранее событиями. Пример «*MasterCard: изменение условий работы в РФ*» окажет негативное влияние на **годовую** выручку. Речь идет о примерно \$50 млн, заявил *исполнительный директор компании Ажай Банга*» использует лишь соотнесенность с периодом времени – «**годовую** выручку». В сущности, данный пример – один из показателей тематической соотнесенности с рубрикой «экономика и бизнес», вторым и третьим показателем является указание суммы выручки и источника сведений: «исполнительный директор компании Ажай Банга». «*Ситуация на Украине. Хроника событий. 31 июля*» – в данном заголовке идет прямое указание на дату и хронологию событий согласно рубрике «Кризис на Украине», то есть используется специальный термин, указывающий на исторический период и соответственное значение описываемых событий. То же самое происходит и в следующем примере: «**Семьдесят лет назад** погиб

Антуан де Сент-Экзюпери» – используется прямое описание периода «семьдесят лет назад» с указанием на прошлое и упоминается известная историческая фигура – Антуан де Сент-Экзюпери.

Компонент «политическая и экономическая ситуация» вопреки гипотетическим предположениям о преобладании публикаций именно с политическими и экономическими новостями насчитывает всего 6 соотнесенных публикаций. Примеры: *«Рада не поддержала отставку Арсения Яценюка с поста премьер-министра Украины»*, *«Представители ДНР участвуют в переговорах представителей контактной группы в Минске»*, *«В "Единой России" считают, что мэр Екатеринбурга Ройзман должен покинуть свой пост»*, *«Обвинение просит приговорить Гаскарова к 4 годам за участие в беспорядках на Болотной»*, *«Под новые санкции ЕС попадают Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Внешэкономбанк, Россельхозбанк. Санкции действуют год с возможностью пересмотра через 3 месяца»* – имеют семантику, отсылающую к политическому и экономическому дискурсу. Но более качественная тематическая фильтрация показывает принадлежность к разным семантическим полям: первые два примера относятся к ситуации за рубежом и носят констатирующий характер по отношению к описываемому событию, в примерах нет эмоционально-оценочной лексики, используется нейтральная лексика, персоналии, географические названия стран, топонимы. Второй набор публикаций: *«В "Единой России" считают, что мэр Екатеринбурга Ройзман должен покинуть свой пост»*, *«Обвинение просит приговорить Гаскарова к 4 годам за участие в беспорядках на Болотной»* – относится к политической ситуации в РФ и не может быть осмыслен без эвокации фоновых знаний относительно названных персоналий (Ройзман), политических партий (Единая Россия), политической ситуации в регионе (Екатеринбург). Пример: *«Обвинение просит приговорить Гаскарова к 4 годам за участие в беспорядках на Болотной»* – одной частью отсылает реципиента к юридическому дискурсу и пониманию юридической процедуры судебного делопроизводства *«Обвинение просит приговорить... к 4 годам...»*, другой – к происшествиям на Болотной площади, когда произошли беспорядки,

имеющие политическую подоплеку. Получается, что по значимости данное событие имеет двойную соотнесенность с политическим дискурсом, но данная коннотация осознается реципиентом лишь при наличии соответствующих фоновых знаний. Эвокация, или обращение к ним, инициированное семантическими связями гипертекстовой природы, помогает развернуть неявный семантический контекст, который исключает новостной формат публикаций анализируемого ресурса.

Пример: «Под новые **санкции ЕС** попадают *Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Внешэкономбанк, Россельхозбанк*. **Санкции действуют год** с возможностью пересмотра через 3 месяца» – семантически соотносится с двумя дискурсами одновременно – политическим и экономическим, причем основным является экономический. Это принадлежность к одному компоненту МКС и в то же время образец внутрикомпонентного взаимодействия семантических полей, которые объединены социально обусловленной парадигмой коллективного сознания и восприятия действительности. Лексический компонент «новые **санкции ЕС**» эвоцирует в памяти реципиента фоновые знания о текущем событийном ряде, о публикациях на тему введения экономических санкций в отношении России. Перечисление названий банков «*Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Внешэкономбанк, Россельхозбанк*» носит информативный характер без семантических контрастивных элементов в перечне, что позволяет избежать паратракции и, в более широком смысле, трансполяции значений. Подчеркнутая информативность сообщения подкрепляется последующим анонсом, в котором уточняется срок действия санкций с возможностью его обжалования. С учетом тревожных коннотаций лексики «санкции» последующие «разрешающие ситуацию» коннотации облегчают восприятие и одновременно заинтересовывают реципиента в прочтении публикации целиком. Более подробно коммутативные операции будут рассмотрены в третьей главе, посвященной разбору отдельных эвокационных приемов непосредственно в текстах публикаций.

Пятый компонент МКС «творчество» отмечен тремя публикациями, что объясняется ограниченностью раскрытия данного компонента в быстро

оперирующем информацией новостном формате. Примеры: «*Роскомнадзор: при оценке популярности блогов будут считать только уникальных читателей*», «В Москву впервые приедет *театр Джеки Чан*», «*Неисправность в оптике космического телескопа "Гая" устранена*» и «*Новосибирские инженеры нашли способ повысить мощность ядерных реакторов*» – показывают скорее коннотативную соотнесенность, поскольку лексем с прямыми значениями, которые можно отнести к семантическому полю «творчество», в данных предложениях нет. В первом случае – валоризации по оппозиции «хорошо/плохо» или аллюзий на искусство, культуру и связанные с ними концепты. Во втором примере есть лексемы «театр», «Джеки Чан», которые позволяют однозначно отнести к означенному компоненту МКС и, соответственно, ориентировать реципиента. Третий и четвертый примеры указывают на уникальные технические решения, которые по своей сложности могут быть внесены в глобальную повестку дня. Их сложность свидетельствует о колоссальном творческом потенциале субъектов действия, поэтому данные публикации можно отнести к компоненту «творчество» даже в столь семантически ограниченном формате. Данное семантическое соотнесение представляет яркий пример смысловой протракции, а также создание логики-семантической общности на основе компонента коллективного сознания. Импликационное соотнесение в данном компоненте будет очень характерным, поскольку творчество предполагает наличие так называемых надфразовых семантических связей.

Шестой компонент МКС – «информационное пространство» – представлен одной публикацией: «*ФАС проверяет размещение в Facebook рекламы лекарства от рака*». Данный компонент выполняет метафункцию по отношению к информационному пространству. Facebook является частью виртуального информационного пространства, в котором, как и в других социальных сетях, аккумулируется большое количество разнообразной информации. Любое сообщение, в котором объектом или субъектом становится Фейсбук, выполняет своеобразную рефлексирующую функцию – медиадискурс отражает информационное пространство, объясняет происходящее, к которому имеет

непосредственное отношение, и разъясняет какое-то действие. Лексемы «ФАС», отрывок «... *рекламы лекарства от рака*» показывает уровень и сферу вмешательства в информационное пространство: защита государством прав потребителей лекарств от мошенничества, представленная лексикой, относящейся к юридическому, коммерческому и фармацевтическому дискурсу.

В целом стабилизирующая модель виртуального СМИ часто предполагает новостной или просто информативный формат, сообщающий информацию реципиенту при реализации следующих условий:

1. Максимально точные и достоверные сведения о событии, с подтверждением цифровыми данными.
2. Отсутствие оценочной лексики, эмотивно окрашенных художественных средств при описании события.
3. Отсутствие метатезы, перемешивания логических и реальных отношений между описываемыми объектами.
4. Избегание описания ирреальных событий, использования оксюморонов, юмора, паралогических переключений, метаморфоз и т. п.
5. Небольшое количество абстракций, синкретическое включение отражаемого и воображаемого мира в категориальную модель, предопределяющую наличие рациональной картины мира и рефлексии у реципиента.

Выполнение всех указанных условий сообщает СМИ и его публикациям стабилизирующий характер, моделируя интенцию авторов медиатекстов согласно гласным и негласным правилам редакционной политики. Все указанные условия могут быть включены в редакционную политику издания, а могут быть особенностями авторского стиля коллектива издания или отдельных журналистов, публицистов, блогеров, комментаторов и читателей издания.

1.4.2. Когерентный контент-срез деструктивной модели СМИ

Прежде чем приступить к когерентному контент-срезу деструктивной модели СМИ, необходимо описать саму модель. Модель – это своеобразный образ мира, в котором запечатлены семантические планы, относящиеся к различным уровням, регистрам представлений о мире, собираемых и создаваемых рефлексией индивида или целого коллектива. Рефлексия и отражение переходит от первично сформированной модели взаимодействия субъекта или реципиента с воспринимаемым и отражаемым объектом к модели предметного, реального мира, а после этого к построению моделей, имеющих ирреальные и генерализованные смыслы.

Упростив сопутствующие процессы, мы представим процесс построения моделей в двухфазовом действии: первая фаза предназначена для аккумуляции и категоризации информационного материала для будущей деструктивной модели, вторая фаза – для обработки его с помощью оператора и формирования из взаимосвязанных посредством оператора компонентов когерентной структуры модели. При создании простой дискурсивной модели рефлексия задействует эвокативный механизм и выбирает в качестве оператора действие, являющееся интерполяцией двух сенсорных образов реальности – исходной и моделируемой. В качестве материала выбирается фактическая, достоверная информация, а в качестве оператора – действие по приданию данной информации заранее запланированной коннотативной, эмотивной, аллегорической, аллюзивной или гипертекстовой составляющей.

Операторы в процессе формирования деструктивной модели могут выполнять разные функции: помимо создания коннотаций им необходимо выполнить адаптивную и регулирующую функции, но с развитием модели постепенно меняют свой ранг и становятся материалом. В модели информационный материал и оператор представляют собой недифференцированное единство, и, становясь частью модели, отдельной

моделью, они превращаются в подобные копии, которые подвергаются воздействию некоего прототипа, формирующего когерентную модель реальности.

При первичной обработке информации определяется совокупный образ события, соответствующий предметной реальности и основанный на фактических данных. Получается образ, стремящийся к отражению реальности на уровне сенсорного образа, под которую в реальной модели подстраивается информационный материал. В ирреальной модели происходит то же самое: рефлексия выдвигает образ реальности, а операторы подстраивают информационный материал. Разные по содержанию копии материала налагаются на структуру образа-прототипа и занимают в нем соответствующие пропозиции – создается реляционный портрет образа, реальный или ирреальный, в зависимости от уровня рефлексии, отражения мира, интенций коммуниканта. Результирующая модель реальности симметрична фактическому образу события, которая практически симметрична сенсорному образу реального объекта, события.

Дискурсивная модель реальности возникает афферентно: это аналитическая модель, «переводящая» сенсорный образ в линейную речевую форму в устном или письменном виде. В дискурсивной деструктивной модели реальности семантический план может быть отделен от речевого, диктального и приобретает относительную независимость, которая проявляется при создании ирреальных копий медиадискурса. Медiateксты, получившие свой семантический план от деструктивных моделей реальности, являются носителями новой, измененной семантики. Их легко распознать, поскольку при построении когерентной модели высшего порядка из информационного материала предшествующей языковой модели заимствуются лексемы, тезаурус, узуальные формы, грамматические конструкции, семантические отношения, тематика, основная идея, тропы и прочие языковые формы. Первичный информационный материал является носителем базового смысла и становится основным, важнейшим источником для всех последующих медиатекстов-копий. Верификация реальности или ирреальности событий, оценок, мнений, представленных в деструктивных моделях, происходит

при помощи реальных прототипов объектов, событий, отраженных в действительности.

Весь корпус медиатекстов, отражающих реальные семантические модели, для живущих медиареальностью людей становится основным источником реальных смыслов. Медиатексты, создаваемые впоследствии на основе этих текстов, могут отражать реальный мир и квазиреальность. На первый взгляд, эта модель медиатекстов очень похожа на реальную стабилизирующую, аналитическую по способу формирования семантики, но при ближайшем рассмотрении демонстрирует свою синтетическую семантическую природу. Квазиреальная модель способна порождать медиатексты, семантически асимметричные по отношению к реальной и сугубо информативной модели медиатекстов.

В названных текстах смысл может быть сконструирован таким образом, чтобы сочетать семы, отражающие и реальный мир, и вымышленный. Примером таких текстов могут быть мифы, сказки, сказания и т. п., но квазиреальные медиатексты умышленно создаются похожими на реальность, в которой одной из интенций коммуниканта будет сознательное семантическое искажение реальности. Достигается подобное искажение смысла при помощи оператора, независимого от коммуникативной ситуации, оперирующим вымыслом. Восприятие реципиента в отношении данных текстов работает не рефлексивно в отношении дискурсивных пропозиций, верификации через реальные прототипы не происходит, но осуществляется самоопределение внутри дискурса, посвященных одной тематике и связанных семантически, будучи производными от других медиатекстов с уже воплощенной искаженной семантикой. Обособленность и удобство данных медиатекстов благодаря упрощенности, или соответствия интенциям коммуникантов и реципиентов создает простор для правдоподобного вымысла и различных приемов представления уже известной информации в непривычные, искажающие ее семантические формы.

В реальной модели СМИ формирование когерентной модели мира осуществляется при помощи набора публикаций медиатекстов, семантический

план каждого из которых заполняет содержание мира-прототипа. В дискурсивной модели медийной квазиреальности, в отличие от квазиреальности художественной литературы, абстрактные пропозиции которой заполнены абстрактным содержанием, большинство содержательных пропозиций имеет конкретные и подтвержденные фактически денотаты. К примеру, медиадискурс новостного формата является моделью реальности, в которой конкретное содержание мира-прототипа отражено не абстрактными формами, но фактами реальной жизни. Однако интерпретации фактов могут быть разными. Ирреальные медиамодели, формирующие искаженное восприятие мира или его искаженный образ, ограничивают реципиента своими рамками: реальная модель гораздо богаче смыслами, поскольку реальный мир неисчерпаем в своей новизне. С другой стороны, своей ограниченностью ирреальный мир может быть удобен для восприятия и нахождения в нем реципиентов, среди интенций которых есть желание не утруждать себя отражением сложных реальных денотатов.

Квазиреальная модель события, формируемая отдельным СМИ, при частом нахождении в зоне ее семантического воздействия, формирует новые смыслы и концепты с нереальным, искаженным денотатом. В дальнейшем она становится базисом для расщепления ментального семантического пространства и формирования деструктивирующих его медиатекстов. Данная модель поставляет информационный материал для дальнейшего распространения ирреальной картины мира, часто не в виде фактической информации, но в виде оценок, мнений, суждений с эмоциональным окрасом, сопровождением художественных текстов, чья стилистически обоснованная квазиреальность подменяет реальные денотаты и тем самым обосновываются выводы, к которым реципиент никогда бы не пришел логическим путем.

Все первичные реальные и квазиреальные модели предоставляют информационный материал для создания семантических планов третьего порядка, диссиметричных для всех производных. Метаморфические модели данного плана способствуют появлению в медиатекстах следующих явлений:

- недостоверность предлагаемой семантической модели мира, которая может быть скрытой, нарочитой;
- сознательное искажение отношений и связей между предметами;
- зеркальное перевертывание и перемешивание отношений;
- синтез семантически несовместимых смыслов с расчетом на то, что чем больше и неожиданней несоответствие, тем меньше у реципиента возможности осмыслить это логически;
- паралогическое искажение смысла при разрушении семантического тождества, лексико-семантических связей, устоявшихся грамматических конструкций.

После использования дискурсивных моделей реальности, квази- и ирреальности коммуникантами, остающимися в данной цепочке порождения медиатекстов, создаются так называемые аллегорические модели. Данная модель может оперировать абсолютно абсурдными семантическими величинами, которые гарантированно не могут быть использованы в реальных текстах по своим функциям, и приближаются к фантастическим событиям в мифах и сказках. Совокупный смысл модели не соответствует выраженному в ней дословно, семантический план выражается через аллегорический смысл, когда конкретные понятия не соответствуют когерентной семантической картине мира, отраженной в тексте: получается своеобразное иносказание, передача интенций и абстрактных смыслов посредством конкретных денотатов. При этом денотат, выраженный конкретными образами, может отрицаться тем абстрактным смыслом, который он выражает.

Построение моделей любого уровня происходит по простой схеме: каждая последующая модель отражения реальности в медиадискурсе строится на информационном материале предыдущего уровня. Получается, что при моделировании реальности от реальных моделей до аллегорических происходит постепенное последовательное введение ограничений смысла в реальном секторе восприятия и семантическое разворачивание конструируемой текстом реальности в вымышленном, ирреальном секторе индивидуального и коллективного

мыслительного человеческого бытия в медиадискурсе. Таким образом, построение моделей СМИ, а точнее конгломерата медиатекстов, объединенных на одной виртуальной странице, зависит от информационного материала и оператора эвокативного воздействия на реципиентов полученной информации. Интенции коммуникантов реализуются не через первичный информативный материал, но через эвокаторов, преобразующих его в соответствии с желаемым воздействием на реципиента.

Источником такого воздействия является сам текст, его составляющие и производные. В представленном нами когерентном контент-срезе в качестве операторов эвокативного воздействия рассматриваются семантическое сочетание элементов, принадлежащих тематическим ядерным структурам и компонентам МКС. При анализе учитывается паратекстуальная связь заголовка и анонса с непосредственным содержанием самого медиатекста. Паратекстуальная связь особенно актуальна в виртуальном медиадискурсе из-за ограниченности прямого интерфейсного доступа к большому количеству текстов, представленных на сайте. Задачей коммуникантов в данном случае становится следующее: заинтересовать реципиента, максимально емко и кратко «свернув» семантическую структуру медиатекста и предоставив ему для первоначальной оценки и суждения полноценное темарематическое ядро текста.

Для исследования дестабилизирующих смысловых компонентов МКС мы выбрали насыщенный визуальной информацией сайт телеканала CNN, который является непривычным для русскоязычного реципиента информации. Дестабилизирующий эффект может возникнуть по причине чужеродности информационной культуры, а также подачи и восприятия информации на иностранном языке. Когерентный контент-срез сайта CNN проводится по информационному состоянию страницы на 5-6.08.2014. В качестве ядерных тематических концептов рассматриваются рубрики издания, а лингвистические средства их проявления анализируются на материале заголовков сюжетов и статей. Лингвистические средства проявления компонентов МКС анализируются через контекст, в котором представлены фактические данные, включая

тематические и рематические составляющие. Фактические данные выделены курсивом. Дейктические темарематические показатели компонентов МКС или маркеры контекста выделены жирным шрифтом (таблица 6).

Таблица 6. Тематические концепты – рубрики «Главное», «Кризис на Украине», «Политика», «Международная панорама»

Темат. ИК МКС	Editor's choice	UKRAINE IN CRISIS	FIVE STORIES NOT TO MISS	OPINION AND ANALYSIS
Этнос (культурно-историческая общность)	<p>Israel: 'Mission accomplished' as troops leave Gaza. Withdrawing its ground forces for a three-day cease-fire, Israel announces that its central goal has been achieved.</p> <p>CNN Exclusive: Inside mind of Hamas' political leader.</p> <p>Blame continues on both sides.</p> <p>Why are so many civilians dying?</p>	<p>Australian and Dutch experts examine the area of the Malaysia Airlines Flight 17 plane crash on Sunday, August 3, near the village of Rossipne, in the Donetsk region of eastern Ukraine. The United States says a surface-to-air missile took down the Boeing 777 on Thursday, July 17, as it was flying over Ukraine from Amsterdam, Netherlands, to Kuala Lumpur, Malaysia, killing all 298 people aboard. Ukrainian officials have accused pro-Russian rebels of downing the jet, but Russia blames Ukraine's recent military operations against the rebels.</p>	<p>China: Did couple steal state secrets?</p> <p>Kurds battle Islamists for Iraqi town.</p> <p>Ducking, whispering to report the battle Ducking, whispering to report the battle</p> <p>Battle moves within blocks of Nick Paton Walsh's location.</p> <p>Russians mass near Ukraine border.</p>	<p>Africa and U.S.: Invest in human rights.</p> <p>World losing interest in Syria conflict?</p> <p>Why Africa leaders' summit matters.</p>
Территория (пространственный компонент)	<p>Rockets fired before truce.</p> <p>U.S. Ebola patient lands in Atlantaved.</p> <p>As African officials scramble to contain the deadliest ever Ebola outbreak, a U.S. woman</p>	<p>A U.S. military team in Kiev is aiding the recovery effort of downed Flight MH17.</p> <p>U.S. GENERAL KILLED</p> <p>Gen. Greene served 34 years.</p> <p>U.S. general killed in Afghanistan.</p>	<p>Minors 'cross U.S. border repeatedly'.</p>	

	infected with the virus is on her way home. Can an experimental serum save her?	Who is vetting Afghan troops? Who is vetting Afghan troops? 'Green on blue' attack in Kabul .		
Исторический момент (временной компонент)	Peace 'not possible without Hamas ' Unless we understand Hamas , we cannot halt killings, says Middle East expert Ed Husain.	Close to 1,400 people have been killed, and more than 4,000 wounded, since mid-April.		
Политическая и экономическая ситуация (уровень развития общества)	U.S. has harsh words for Israel . Gaza life : No water, no electricity.	"Today, with all certainty, there's a need to speak about a true war," says Russian official .		
Творчество (искусство, литература, идеология)		Does Putin want war in Ukraine ? (видео) MAKING HISTORY IN SPACE Rosetta closes in on comet encounter. POPE'S ADVICE The Pope's 10 tips for happiness Here's a surprising tip from Pope Francis: Don't proselytize .	RAF jet scrambled to escort plane.	
Информационное пространство (компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности: философия,			F1 boss to walk after paying \$100M.	Why women become suicide bombers. Brady made people talk about guns.

психология, лингвистика, филология)				
-------------------------------------	--	--	--	--

Таблица 6 (продолжение). Тематические концепты по заголовкам видеорубрик сайта телеканала CNN

Тем. ИК МКС	Bisness, sport, stile	Most popular, watch this videos	Travel, amapour	On China, i-Report
Этнос (культурно-историческая общность)	<p>Tennis: Bouchard in hometown loss</p> <p>Tennis: Kyrgios wins Masters debut</p> <p>Golf: McIlroy on top of the world.</p> <p>Tennis: Serena joins '200 club'</p> <p>Golf: Fresh blow for Tiger Woods.</p> <p>Commonwealth: England on top.</p> <p>NBA: All-star's gruesome injury.</p> <p>Common wealth: Bolt wins gold.</p> <p>Golf: PGA – Johnson 'not banned'.</p>	<p>How does Russia see Putin?</p> <p>Japan's cross-dressing icon.</p> <p>MH370: Australia picks Dutch company for next phase of undersea search.</p>	<p>South China dispute.</p> <p>China meat scandal prompts recall.</p> <p>Will protest shape HK's future?</p> <p>20 China travel tips.</p> <p>World's largest aquatic insect.</p>	<p>Israel calls 'hypocrisy' in international criticism.</p>
Территория (пространственный компонент)	<p>How to start your own currency</p> <p>Can Gaza's economy recover?</p> <p>Interactive: History of Ebola.</p> <p>What do we know about Ebola drug?</p>	<p>Russian troop increase at Ukraine border raises concerns.</p>	<p>Carib's most colorful carnival?</p> <p>And the world's best zoo is ...</p> <p>China's other 'great wall' opens.</p> <p>Cosplay insanity at China Joy</p>	<p>Sierra Leone 'not able to deal' with Ebola outbreak, says Doctors Without Borders.</p> <p>The legacy of James Brady.</p> <p>'Traumatization is everywhere,' says Red Cross President in Gaza.</p>

			<p>14 ridiculous hotel amenities.</p> <p>First 'sportainment' park planned Railway to Everest?</p> <p>10 spectacular U.S. waterfalls.</p> <p>Greece tourism shifts gears. 20 beautiful Heritage Sites.</p>	
Исторический момент (временной компонент)				Century after start of WWI , Serbia strives to 'be a part of the solution'
Политическая и экономическая ситуация (уровень развития общества)	<p>See this floating snowflake hotel. Ebola's economic 'scare factor' hits</p> <p>Interactive: History of Ebola. Why Starbucks will be your next bank.</p>	The Great War turns 100.		
Творчество (искусство, литература, идеология)	<p>Trieste, the city of fashion World's most stylish bookstores. Mystique of abandoned palaces. Is architecture dead? Not in Venice.</p>	<p>Staying safe in the sun. Finding the perfect burger. Tattoo art business boom. Why Olivia Wilde chose to breast-feed in Glamour. Record-breaking skyscraper threatened by sinkholes. And the world's best zoo is ...</p>	<p>Bomb blasts and wedding bells.</p> <p>Why neon lights are dying.</p> <p>Summer of supermoons.</p>	
Информ. пространство (компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности)	<p>Xiaomi: China's smartphone king. Hands-on world of digital art.</p>		<p>The world's best national parks. Under the sea, in photos.</p>	

Общий анализ результатов когерентного контент-среза страницы телеканала CNN показывает, что Интернет-сайт предназначен для обзорного ознакомления посетителей и телезрителей с актуальной повесткой дня. Перечисленные заголовки сюжетов распределяются по рубрикам, причем не только тематическим, но и предназначенным для привлечения внимания и подсчетам популярных сюжетов. Трудность анализа заключалась в том, что сюжеты часто перемещались из тематических рубрик в статистические, и не совсем понятно было, какие концепты в визуальном ряде, аудиальном тексте способствовали увеличению числа просмотров и переносу сюжета. В названии тематических рубрик и заголовках сюжета имеются лексемы, которые полностью или частично совпадают по смыслу.

Ярким примером являются полные или частичные синонимы, которые отражают общие семы, например, публикация в рубрике «**Business**»: «Ebola's **economic** 'scare factor'». В статистических рубриках появляются публикации, автоматически переставляемые туда после набора определенного количества просмотров по причине важности темы, актуальности представленной в сюжете точки зрения. Нет возможности проверить, совпадает ли действительное количество просмотров с представленным редакцией, и не вносится ли публикация в актуальный список преднамеренно, по признаку соответствия медийному мейнстриму.

Названная особенность является одним из факторов, дестабилизирующих привычное мироощущение реципиента и деструктивирующих картину мира, поскольку реальная значимость полученной информации может быть оценена им самостоятельно, и подобное несовпадение презентуемого и ощущаемого в сфере информации также вызывает дискомфорт и может дезориентировать реципиента в информационном пространстве. Дезориентация реципиента в информационном пространстве происходит через систему гипертекстовых связей и ссылок, а также через мейнстримовое совпадение тем. Часто на странице с публикацией приведены статьи схожей тематики, написанные ранее. Это также не дает реципиенту «вырваться» за границы предложенной тематики и

постулируемой в публикации оценки происходящих событий. Своеобразная «ловушка» для внимания реципиента, поскольку заголовки одновременно являются гиперссылками, ведущими на этот же сайт и на сайты медийных партнеров.

Эвокативное воздействие комбинаций заголовков и публикаций может иметь долгосрочный эффект, поскольку многократность повторения оценочных лексем в связи с событием способствует идеологизации их определенной оценки. В дальнейшем любое отступление от предложенной оценки выводит публикацию из мейнстрима, и авторы сюжетов и сообщений опасаются создавать медиатексты или сюжеты с различной оценкой, поскольку могут потерять внимание реципиентов, «приученных» к заданной в мейнстриме оценке. Потеря внимания может выразиться в отсутствии запланированного количества просмотров, что может снизить значимые показатели рейтингов, и издание теряет рекламную и иную клиентуру из заказчиков публикаций. Поэтому излишняя концентрация публикаций, относящихся к одному компоненту МКС, может «перевесить» тематическую соотнесенность ресурса в сторону одной тематики.

Даже если в публикациях, относящихся к одному компоненту, нет полных синонимов, то постоянное обращение, например, к компоненту «территория» через публикации, посвященные войне, горячей точке на определенной территории, может активизировать тревожные ожидания целевой аудитории, в редких случаях спровоцировать массовый психоз, заставляющий искать и воспринимать информацию данной тематики. Часто подобное свойство человеческой психики используется в качестве нечестного маркетингового приема, приема конкурентной борьбы, поэтому полностью исключить подобное негативное воздействие нельзя. Образование концептуальных кластеров в рамках данной тематики формируется как в отношении фактической информации, так и в отношении оценок – именно они впоследствии становятся исходным материалом для создания идеологем. Рассмотрим, насколько плотно располагаются публикации относительно компонентов МКС. Анализ контент-среза сайта

телеканала CNN показывает, что публикации распределены по компонентам МКС весьма неравномерно:

1. «Этнос» – 29 публикаций
2. «Территория» – 21 публикация
3. «Исторический момент» – 3 публикации
4. «Экономическая и политическая ситуация» – 4 публикации
5. «Творчество» – 15 публикаций
6. «Информационное пространство» – 6 публикаций.

Очень много публикаций соотносится с компонентами «этнос» и «территория». Вполне возможно, что подобный «перевес» связан с тремя рубриками, семантически связанными с концептами «этнос» и «территория»: спорт, путешествия и публикации о горячих точках, где ведутся военные действия. Активизация последней тематики, тревожные негативные ассоциации и ожидания целевой аудитории выводят данные публикации на передний план.

Компонент МКС «этнос» представлен заголовками 29 публикаций, в которых упоминается топоним географический термин, описываются различные географические условия, подразумевается описание события в связи с пространственным положением субъектов, объектов действий. Примеры можно условно разделить на две категории: прямое упоминание географических названий в заголовке и опосредованное использование семантического поля «этнос» (Таблица 7).

Таблица 7. Соотношение топонимов и семантического поля «этнос»

<p>Прямое упоминание топонимов (тематическая экспликация¹⁵⁰)</p>	<p>Опосредованное использование семантического поля «этнос» (тематическая импликация¹⁵¹)</p>
<ul style="list-style-type: none"> – Israel: 'Mission accomplished' as troops leave Gaza – Australian and Dutch experts examine the area of the Malaysia Airlines Flight 17 plane crash on Sunday, August 3, near the village of Rossipne, in the Donetsk region of eastern Ukraine – China: Did couple steal state secrets? – Kurds battle Islamists for Iraqi town – Russians mass near Ukraine border – Africa and U.S.: Invest in – human rights – World losing interest in – Syria conflict? – Why Africa leaders' summit matters – Commonwealth: England on top – How does Russia see Putin? – MH370: Australia picks Dutch company for next phase of undersea search – South China dispute – China meat scandal prompts recall – 20 China travel tips – Israel calls 'hypocrisy' in international criticism 	<ul style="list-style-type: none"> – CNN Exclusive: Inside mind of Hamas' political leader – Tennis: Bouchard in hometown loss – Tennis: Kyrgios wins Masters debut – Golf: McIlroy on top of the world – Tennis: Serena joins '200 club' – Golf: Fresh blow for Tiger Woods – NBA: All-star's gruesome injury. – Commonwealth: Bolt wins gold. – Golf: PGA – Johnson 'not banned' – Will protest shape HK's future?

¹⁵⁰ Термин М.Л. Макарова.

¹⁵¹ Термин М.Л. Макарова.

Географические названия служат не только для центровки события в пространстве относительно реципиента, но и для обращения к определенным характеристикам, фоновым знаниям реципиента, связанным с данными названиями и контекстом. В исследуемых примерах – это **Israel, Gaza, Australian, Dutch, Malaysia, Rossipne, Donetsk, Israel, China, Kurds, Iraqi, Russians, Ukraine, Africa, Syria, Africa, England, Russia, Japan's, Australia, South China, China, Ukraine**. Израиль упоминается в связи с конфликтом в секторе Газа, что активизирует фоновые знания реципиента о ситуации в данном регионе, причинах, сторонах конфликта.

В зависимости от поступившей ранее информации целевая аудитория будет рассматривать конфликт, ситуативно «располагаясь» на позиции одной из сторон. Уже из заголовка новости ясно, что компания CNN будет предоставлять информацию с фактическими данными и оценочными коннотативными элементами с учетом позиций Израиля, поскольку топоним Israel находится в начале заголовка, и располагает реципиента к принятию информации именно от израильской стороны, что и подчеркивает дальнейшее развитие темы в заголовке: «... Mission accomplished' as troops leave Gaza» («... “миссия завершена” в тот момент, как войска покинут сектор Газа»). По такой же схеме развития темы построены заголовки «**Israel** calls 'hypocrisy' in international criticism», «World losing interest in **Syria** conflict?», «**Australian** and **Dutch** experts examine the area of the **Malaysia** Airlines Flight 17 plane crash on Sunday, August 3, near the village of **Rossipne**, in the **Donetsk** region of eastern **Ukraine**», «**China**: Did couple steal state secrets?», «**Kurds** battle Islamists for **Iraqi** town», «**Russians** mass near **Ukraine** border» («Израиль называет лицемерием международную критику», «Мир теряет интерес к конфликту в Сирии?», «Австралийские и голландские эксперты в воскресенье 3 августа осматривают территорию падения самолета МН 17 малазийских авиалиний недалеко от деревни Рассыпное в Донецкой области на Украине», «Китай: пара украла государственные секреты?», «Курды выбили исламистов из иракского города», «Колонны русских на украинской границе»). Можно сказать, что данная схема развития темы относится к имплицитной

соотнесенности с компонентом «этнос», но актуализация фоновых знаний реципиента свидетельствует скорее об этническом ядерном концепте, чем о просто территориальном.

Эксплицитная соотнесенность с этническим компонентом МКС отчетливо видна в публикации «Africa and U.S.: Invest in human rights» (Африка и США: инвестиции в права человека»). Называется целый континент – Африка – и страна, желающая установить отношения (США), то есть сразу же задается международный уровень отношений, причем развитие темы продолжается в типичном для американской международной дипломатии ключе «права человека». Глагол «invest» также предполагает международный уровень риторики и служит ярким примером глагольного оператора, переводящего факты о названных территориях и странах в тематический контекст международных отношений. То же самое можно сказать и о словосочетании «права человека». Часто используемое клише международной тематики употребляется для обозначения западного вмешательства в дела названной в одном контексте страны, территории, региона. Экспликация очевидна также в следующих примерах: «Why **Africa** leaders' summit matters», «Commonwealth: **England** on top», «How does **Russia** see Putin?», «MH370: **Australia** picks **Dutch company** for next phase of undersea search», «**South China** dispute» («Материалы саммита лидеров Африки», «Содружество: Англия побеждает», «Каким Россия видит Путина?», «MH370: Австралия выбирает голландскую компанию для следующего этапа подводных исследований», «Дискуссия о Южном Китае»).

Опосредованное использование семантического поля «этнос» наблюдается в публикациях, посвященных спорту, поскольку спортивные состязания априори предполагают соперничество команд из различных стран – иного развития темы, кроме как через обращение к этнической принадлежности команд и спортсменов, вряд ли можно ожидать в данном жанре. Чаще всего развитие темы начинается с вида спорта и указания в качестве действующего субъекта наиболее отличившегося спортсмена, по известности имени которого угадывается и представляемая им страна. По такому принципу развития темы написаны

публикации «**Tennis: Bouchard** in hometown loss», «**Tennis: Kyrgios** wins Masters debut», «**Golf: McIlroy** on top of the world», «**Tennis: Serena** joins '200 club'», «**Golf: Fresh blow for Tiger Woods**», «**NBA: All-star's gruesome injury**», «**Commonwealth: Bolt** wins gold», «**Golf: PGA – Johnson** 'not banned'» («Теннис: Бушар проиграла в родном городе», «Теннис: Кирьос выиграл свой дебютный мастерский турнир», «Гольф: Макгилрой в первой десятке мирового первенства», «Теннис: Серена присоединяется к «клубу двухсотых», «Гольф: свежий удар для Тайгера Вудса», «NBA: ужасное поражение для всех звезд», «Содружество: Болт выиграл золото», «Гольф: Ассоциация Профессионального гольфа – Джонсон «не забанен»). В перечисленных публикациях рассказывается о событиях, произошедших со спортсменами в основном из англоязычных стран, что объясняется скорее языковой и культурной принадлежностью телеканала: и в спорте предпочтения отдаются своим: Эжени Бушар происходит из Канады, Кирьос – из Великобритании, Макгилрой из Северной Ирландии, Серена Уильямс, Дастин Джонсон и Тайгер Вудс из США, Усэйн Болт с Ямайки.

Таким образом, внимание реципиента в основном фокусируется на достижениях и происшествиях среди англоязычных спортсменов, что предполагает коннотации именно с представителями англоязычных стран, положительные – от осознания побед успешных индивидов, принадлежащих к культурно объединенным этносам, или отрицательные – от их неудач в спорте. Следует отметить, что опосредованное через спортивные состязания обращение к компоненту МКС «этнос» может иметь скорее стабилизирующий эффект для матрицы коллективного бессознательного, поскольку позволяет открыто признать соперничество, существующее между представителями разных этнических групп без излишнего нагнетания обстановки в информационном пространстве.

Компонент МКС «территория» представлен 21 публикацией, среди которых также можно выделить заголовки с прямым названием топонима и с косвенным обращением к тематическому концепту «территория» (Таблица 8).

Таблица 8. Соотношение топонимов и семантического поля «территория»

<p>Прямое упоминание топонимов (тематическая экспликация)</p>	<p>Опосредованное использование семантического поля «территория» (тематическая импликация)</p>
<ul style="list-style-type: none"> – U.S. Ebola patient lands in Atlanta – As African officials scramble to contain the deadliest ever Ebola outbreak, a U.S. woman infected with the virus is on her way home. Can an experimental serum save her? – A U.S. military team in Kiev is aiding the recovery effort of downed Flight MH17 – U.S. GENERAL KILLED. Gen. Greene served 34 years. U.S. general killed in Afghanistan – Who is vetting Afghan troops? Green on blue' attack in Kabul – Minors 'cross U.S. border repeatedly' – How to start your own currency – Can Gaza's economy recover? – Russian troop increase at Ukraine border raises concerns – 10 spectacular U.S. waterfalls – Greece tourism shifts gears – Carib's most colorful carnival? And the world's best zoo is – China's other 'great wall' opens – Cosplay insanity at China. Joy 14 ridiculous hotel amenities – Sierra Leone 'not able to deal' with Ebola outbreak, says Doctors Without Borders – 'Traumatization is everywhere,' says Red Cross President in Gaza 	<ul style="list-style-type: none"> – The legacy of James Brady – Interactive: History of Ebola – What do we know about Ebola drug? – 20 beautiful Heritage Sites – First 'sportainment' park planned. Railway to Everest?

Среди выделенных публикаций встречаются отдельные топонимы и топонимы, характеризующие субъект прилагательных: **Atlanta, Kiev, Kabul, Ukraine, Greece, China, Sierra Leone, Gaza** и «**African officials**», «**U.S. woman**», «**China's other 'great wall'**», «**U.S. GENERAL**», «**Afghan troops**», «**cross U.S. border**», «**Gaza's economy**», «**Russian troop**», «**U.S. waterfalls**», «**Carib's carnival**», «**A U.S. military team**» (Атланта, Киев, Кабул, Украина, Греция, Китай, Сьерра-Леоне, Газа и «Африканские официальные лица», «американка», «вторая Великая китайская стена», «АМЕРИКАНСКИЙ ГЕНЕРАЛ», «Афганские войска», «вдоль границы США», «экономика в секторе Газа», «русские войска», «водопады США», «Карибский карнавал», «американская военная команда»). В первом случае топоним, часто представляющий название столицы государства, в котором происходит событие, служит для прямого обозначения места, где разворачивается (настоящее время) или будет разворачиваться действие (будущее время).

Например, в публикации «**Who is vetting Afghan troops? Green on blue' attack in Kabul**» (Кто проверяет афганские войска? Зеленый свет атакам в Кабуле») помимо фоновых знаний реципиента, связанных с происходящим в настоящий момент в Кабуле военными операциями американских войск, актуальность описываемых событий подтверждается и на грамматическом уровне языка использованием формы *present continuous* глагола «*to vet*» (проверять войска). В то время как примеры из семантического поля, соответствующего рубрике «туризм» ориентируют реципиента на будущее через рекламу возможных путешествий: «**10 spectacular U.S. waterfalls**» и «**Greece tourism shifts gears**» (10 великолепных видов водопадов в США» и «Греческий туризм переключает передачу»). В данных примерах подразумевается возникновение в будущем желания у реципиента увидеть рекламируемые в сюжете территории и страны, выяснить, что же произошло в Греции с туризмом и создать тем самым дополнительные интенции у реципиента уже после просмотра данных сюжетов.

В сущности, использование топонимов для характеристики отношения субъектов и объектов новостных сообщений демонстрирует именно функцию

привлечения фоновых знаний об указанных территориях, о народностях, проживающих там, о современном положении дел в названной стране, населенном пункте или местности. Одновременно реципиент определяет свое местонахождение относительно данной географической точки, событий и обстоятельств на данной территории, а также сравнивает, мысленно «переносит» себя в эпицентр описываемых событий, поскольку этому способствует подсознательное отождествление с героями изображаемых событий, тем более преподнесенных визуально с помощью видеосюжетов.

Очень часто в публикациях, соотнесенных с компонентом «территория», речь идет о событиях, связанных с ведением боевых действий в различных горячих точках. Территориальные маркеры в таких публикациях служат для различных целей: пространственной локализации события, обозначения сторон и стран, участвующих в конфликте, международной реакции на происходящее, указания на источники компаний информационного освещения хода военных действий и так далее. Из 21 публикации с указанием территориальной принадлежности события 8 относятся к военным конфликтам на Украине, Афганистане и секторе Газа – актуальных на момент контент-среза горячих точках: «**A U.S. military team in Kiev** is aiding the recovery effort of downed Flight MH17», «**U.S. GENERAL KILLED**. Gen. Greene served 34 years. U.S. general killed in Afghanistan», «Who is vetting **Afghan troops**? Green on blue' attack in **Kabul**», «Can **Gaza's economy** recover?», «**Russian troop** increase at **Ukraine** border raises concerns», «Traumatization is everywhere,' says Red Cross President in **Gaza**» («Американские военные готовы оказать помощь в расследовании аварии самолета МН17», «Американский генерал убит. Генерал Грин прослужил 34 года. Американский генерал убит в Афганистане», «Кто проверяет афганские войска?», «Можно ли вывести экономику сектора Газа из падения?», «**Русские войска** увеличивают свое присутствие на Границе с **Украиной**», «Травматизация повсюду, говорит представитель Красного Креста в **секторе Газа**»). Очевидно, что этнонимы и топонимы в данном случае используются для обозначения принадлежности войск, сторон конфликта: «**A U.S. military team**», «**U.S.**

GENERAL», «**Afghan troops**», «**Russian troop**», названия столиц и стран – для обозначения театра военных действий: «**in Kabul**», «**in Gaza**» и так далее.

Большой объем сюжетов по тематике горячих точек с привлечением вооруженных сил страны проживания реципиента может способствовать тому, что интенция получения информации может смениться другой интенцией и коммуникативно выразить свое отношение к частому вмешательству своей страны в военные конфликты по всему миру. К сожалению, когерентный контент-срез не предполагает исследования цепочек гипертекстов на предмет интенциональных реакций реципиентов в виде комментариев или вторичных текстов, но дает возможность рассмотреть распределение информационного материала по компонентам МКС, поскольку контент все же предназначен для огромной аудитории реципиентов.

Дальнейшее распределение сюжетов по компонентам МКС показывает гораздо меньший результат в сравнении с компонентами «этнос» и «территория»: исторический момент – 4 публикации, экономическая и политическая ситуация – 3 публикации, творчество – 9 публикаций, информационное пространство – 7 публикаций.

Компонент МКС «исторический момент» представлен тремя публикациями: «**Peace 'not possible without Hamas'. Unless we understand Hamas, we cannot halt killings, says Middle East expert Ed Husain**», «**Close to 1,400 people have been killed, and more than 4,000 wounded, since mid-April**», «**Century after start of WWI, Serbia strives to 'be a part of the solution'**», «**The Great War turns 100**» («Мир “невозможен без участия Хамас“. За исключением тех случаев, когда мы понимаем действия Хамас, мы не можем остановить убийства, заявляет эксперт по Ближнему Востоку Эд Хусейн», «Около 1 400 человек были убиты, и больше 4 000 ранено с середины апреля», «Век спустя после начала Первой мировой войны, Сербия стремится «стать частью сообщества», «Великой Войне исполняется 100 лет»). Первый пример семантически эмплицитно соотносится с историческим компонентом МКС через уточнение роли Хамас при переговорах о перемирии в очередном витке противостояния на Ближнем Востоке. Если речь в

публикациях идет о перемирии, значит, ситуация в горячей точке обострилась. Второй заголовок содержит данные об убитых и раненых, причем соответствующий негласной формуле медийной подачи потерь в военных действиях: один к трем. Медийное фиксирование потерь само по себе является фактом исторической значимости, поскольку любое газетное сообщение с течением времени становится архивным историческим документом.

Последние два примера в заголовке содержат эксплицитное указание на историческую тематику, и сюжет полностью соответствует компоненту «исторический момент»: «**The Great War turns 100**» и «**Century after start of WWI**». Раскрытие темы Первой мировой войны связано с анализом роли Сербии в обозначенный исторический период. Об ироничном отношении авторов сюжета свидетельствует употребление глагола «strive» (стараться, бороться, приложить усилия и пр.), далее следует выражение в скобках, что также добавляет эмоциональных коннотаций с публикацией. Стандартный прием привлечения внимания реципиента к заголовку – проблемная постановка темы публикации – предполагает обращение к сюжету для реализации интенции реципиента как интересующегося историей, так и равнодушного к ней, но желающего получить интригующую его информацию. Таким образом, достаточного заполнения тематически релевантной информацией компонента МКС «исторический момент» в данном контент-срезе нет, значит, потребность в подобном информационном материале будет восполняться на других ресурсах, более «зауженных» тематически сайтах или в справочных базах данных и системах.

Компонент МКС «политическая и экономическая ситуация» заполнен информацией чуть меньше ожидаемого, и насчитывает небольшое количество публикаций: «**U.S. has harsh words for Israel**», «**Gaza life: No water, no electricity.**"Today, with all certainty, there's a **need to speak about a true war,**" says **Russian official**», «Ebola's **economic** 'scare factor' hits», «Interactive: **History of Ebola**», «**Why Starbucks will be your next bank**» («У США всегда найдется пара **резких слов для Израиля**», «**Жизнь в секторе Газа: нет воды, нет электричества**», «Сегодня с полной уверенностью можно говорить о настоящей

войне, заявляют **русские официальные лица**», «Влияние лихорадки Эбола на экономику», «Интерактив: история лихорадки Эбола», «Почему Старбакс будет твоим новым банком»).

Первая публикация полностью соответствует политической составляющей МКС, но имплицитно, поскольку в заголовке не встречаются никакие лексемы, соответствующие семантическому полю политики и экономики, а также отсутствуют какие-либо другие маркеры данной тематики. Определение соотнесенности темы происходит при помощи фоновых знаний реципиента о текущей политической ситуации в Израиле, о политических отношениях между США и Израилем, поэтому логично предположить, что речь идет об эскалации конфликта в секторе Газа. Второй пример «**Gaza life: No water, no electricity. "Today, with all certainty, there's a need to speak about a true war," says Russian official**» наоборот содержит множество лексических и семантических маркеров данной тематики: «**Gaza**», «**a true war**», «**a need to speak about**», «**Russian official**». Топоним «**Gaza**» указывает на регион, где находится актуальная на момент контент-среза горячая точка на Ближнем Востоке, словосочетание «**a true war**» прямо указывает на происходящее событие и семантически обозначает происходящее, одновременно сообщая ему характеристику. Выражение «**a need to speak about**» выражает потребность в переговорах и обсуждении ситуации, а также придании статуса происходящему. Упоминание российских официальных лиц, «**Russian official**», указывает на международный уровень решения проблемы с участием официальных лиц России. Ссылка на позицию официальных лиц государства, расположенного вне региона, где происходят события, свидетельствует о невозможности разрешить возникшие противоречия силами участвующих сторон.

Однако целевая аудитория англоязычного телеканала осведомлена о постоянном вмешательстве англоязычных стран в происходящее в других странах, можно сказать, приучена к осознанию этого факта как к показателю успешности внешней политики, в то время как РФ довольно продолжительное время преподносится в качестве геополитического конкурента, страна третьего

мира, разоренную противостоянием в Холодной войне, и одна из стран, которая вместе с Китаем постоянно препятствует продвижению инициатив стран-членов НАТО в Совете Безопасности ООН по отношению выбранной стороны противостояния. Упоминание в заголовке публикации об официальной позиции РФ должно заинтересовать реципиентов, имеющих соответствующие фоновые знания о горячей точке, сторонах конфликта, положения в международной политике и ориентирующихся в потоках информации по данной тематике, сформировать интенцию, которая, учитывая эмоциональные коннотации, может звучать следующим образом: «эти русские снова вмешиваются не в свое дело». Англоязычный реципиент, конечно же, заинтересуется публикацией и обязательно посмотрит сюжет, чтобы разобраться в происходящем.

Подобный провокационный принцип построения внешнеполитических сюжетов довольно распространен, но предполагает наличие постоянной аудитории, не только владеющей достаточными фоновыми знаниями, но и получающих их именно из данного СМИ, сообщающего не только факты, но и преподносящего их в заданном геополитическом и политическом ключе. Англоязычный мейнстрим предлагает схожие оценки значимых международных событий по блоковому принципу, поэтому даже перемещаясь по сайтам известных международных агентств, реципиент везде получает схожие интерпретации. Другая точка зрения представлена очень ограниченно: складывается впечатление, что иное мнение не превышает определенный лимит и не может по количеству публикаций соперничать с информационным потоком, распространяющим принятую в мейнстриме точку зрения.

Компонент МКС «творчество» представлен 15 публикациями: «Does **Putin want war** in **Ukraine?**», «**MAKING HISTORY IN SPACE**. Rosetta closes in on comet encounter», «**POPE'S ADVICE**. The **Pope's** 10 tips for **happiness**. Here's a **surprising** tip from Pope Francis: Don't proselytize.RAF jet scrambled to escort plane», «Trieste, the city of **fashion**. World's most stylish bookstores. Mystique of abandoned palaces. Is architecture dead? Not in **Venice**. Bomb blasts and wedding bells», «Why **neon lights** are **dying**», «Summer of **supermoons**», «**Staying safe in the sun**»,

«**Finding the perfect burger**», «**Tattoo art** business boom», «Why Olivia Wilde chose to breast-feed in **Glamour**», «**Record-breaking skyscraper** threatened by sinkholes», «And the **world's best zoo** is ...», «**The world's best national parks**» («Путин хочет войны на Украине?», «ТВОРЕНИЕ ИСТОРИИ В КОСМОСЕ. Розетта должна встретиться с кометой», «СОВЕТЫ ПАПЫ. 10 советов Папы (Римского) для счастья. Неожиданные советы от Папы Франциска: не обращайтесь в свою веру самолет Раф, замаскированный под сопровождающий», «Триест, город моды. Самые стильные в мире книжные магазины. Мистика заброшенных дворцов. Архитектура мертва? Только не в Венеции. Взрывы бомб и свадебные колокольчики», «Почему неоновый свет вымирает», «Лето суперлуны», «Оставайтесь защищенными на солнце», «В поисках лучшего бургера», «Успехи тату-арта», «Самым высоким небоскрегам угрожает провал грунта», «Лучший зоопарк мира ...», «Лучшие в мире национальные парки»).

Творческий компонент МКС охватывает тематики, касающиеся искусства, так называемых творческих профессий и отраслей экономики, шоу-бизнеса, развлечений, а также идеологии, творческих течений. К сфере идеологии можно отнести первый сюжет «Does **Putin** want war in **Ukraine**?», поскольку заголовок сразу же ставит проблему ответственности за войну на Украине, упоминает в данном контексте лидера соседнего государства, на которого пытаются возложить ответственность за разжигание конфликта. Учитывая идеологический мейнстрим англоязычных СМИ в отношении военного противостояния на Украине, в котором на момент публикации чаще звучат обвинения в адрес РФ, постановка проблемного вопроса в заголовке предполагает однозначный ответ реципиента на данный вопрос.

Второй пример «Making history **in space**. Rosetta closes in on comet encounter» эксплицитно демонстрирует соотнесенность с творчеством, поскольку сообщает о важном событии из научного мира – о завершающем этапе полета космического аппарата «Розетта», его приближении к комете, исследование которой является научной целью. Значимое научное достижение имеет прямое отношение к творчеству, поскольку процесс научного поиска неотделим от

поиска творческого. Эксплицитными для творческого компонента являются также публикации «**POPE'S ADVICE. The Pope's 10 tips for happiness. Here's a surprising tip from Pope Francis: Don't proselytize.RAF jet scrambled to escort plane**», «**Trieste, the city of fashion. World's most stylish bookstores. Mystique of abandoned palaces. Is architecture dead? Not in Venice. Bomb blasts and wedding bells**», «**Why neon lights are dying**», «**Summer of supermoons**», «**Tattoo art business boom**», «**Why Olivia Wilde chose to breast-feed in Glamour**», в которых показателями принадлежности к данной тематике являются лексемы «**surprising**», «**fashion**», «**Venice**», «**supermoons**», «**neon lights**», «**Glamour**». Лексемы «**Fashion**», «**Venice**», «**neon lights**», «**Glamour**» относятся к семантическому полю творчества. Лексемы «**surprising**», «**supermoons**» имплицитно выражают творческий процесс, поскольку имеют отношение к приемам креативного привлечения внимания реципиентов через гиперболу. Лексемы «**mystique**», «**happiness**» обозначают творческие абстрактные понятия.

К данному компоненту относятся также сюжеты рекламного и прогностического характера: «**World's most stylish bookstores**», «**Staying safe in the sun**», «**Finding the perfect burger**», «**And the world's best zoo is ...**». Рекламе посвящены заголовки «**World's most stylish bookstores**», «**Finding the perfect burger**», «**And the world's best zoo is ...**», а к прогностическим относится «**Staying safe in the sun**». Рекламу маркирует превосходная степень прилагательных, призванная показать в лучшем свете явно или неявно рекламируемый товар: «**the world's best**», «**World's most stylish**», «**the perfect burger**» «**The world's best national parks**». Публикации подобного плана будут присутствовать на любом популярном ресурсе, поскольку рекламные возможности сайтов реализуются различными способами, в том числе в виде новостных сюжетов, казалось бы, не имеющих ничего общего с рекламой.

Компонент «Творчество» должен быть обязательно представлен в актуальном тематическом репертуаре (термин Т. ван Дейка) виртуального СМИ. Эта особенность продиктована спецификой виртуальной информационной среды, которая из-за наличия быстрого и качественного доступа к массовой аудитории

перенасыщена информацией, имеющей целью рекламировать различные товары и услуги. Необходимо отметить также, что присутствие сюжетов по темам культуры, искусства, моды затрагивает сферу личных интересов и предпочтений реципиента, что важно для самовосприятия и отождествления с героями и объектами сюжетов. Последняя особенность коммуникативного взаимодействия с интерактивной подачей материала слабо реализуется через другие компоненты МКС, так как реципиенту сложно ассоциировать себя, например, с представителями неизвестных этнических групп, представить себя в непривычных географических и погодных условиях. Поэтому наличие большого числа сюжетов «легкой» тематики призвано психологически компенсировать тяжесть эмоциональной нагрузки и переживаний от сюжетов, сообщающих неприятные и неинтересные сведения. Соотношение сюжетов «тяжелой» и «легкой» тематики в данном контент-срезе представлено приблизительно четыре к одному – три четверти сюжетов, относящихся к этническому и территориальному, политическому и экономическому компонентам, и одна четверть – к историческому, творческому и метакомпоненту МКС. Однако следует оговориться, что полученное соотношение характерно для сайтов крупных СМИ, новостных агентств, аудио- и телеканалов, имеющих несколько постоянных рубрик и несколько актуальных тем.

Публикации творческого характера большей частью призваны поставлять информацию для индивидуальной матрицы сознания, отражая вкусы и предпочтения реципиента. Но так называемые идеологические публикации часто несут положительную или отрицательную оценку общественно значимых событий. В большинстве случаев подобные публикации обращаются к международной повестке дня, к известным политическим фигурам, и транслируют оценки, мнения и суждения экспертов по теме публикации. Признаком наличия идеологем является устойчивое, целенаправленное, напористое изложение повторяющегося видения одних и тех же фактов, событий и происшествий в нескольких СМИ одновременно. Создается так называемый эффект информационной волны, когда целый ряд СМИ, чаще всего из одного

языкового сегмента и принадлежащие к одному медийному холдингу, сообщают об одном и том же политическом или экономическом событии совершенно одинаковым образом.

Необходимым атрибутом идеологически окрашенных публикаций является наличие оценки чьих-либо действий в отношении кого-либо, эмоционально окрашенная лексика в тексте, написанном в жанре сообщения, комментария, новостной заметки, аналитической статьи и так далее. Характерной чертой идеологических текстов, распространяющих чью-либо политическую позицию, обосновывающих экономическое положение, является использование идеологических клише и штампов. Обычно они относятся к внешним и внутренним политическим оппонентам, экономическим конкурентам, целым государствам или их объединениям. Упоминаются и эмоционально оцениваются личность, деятельность, иногда частная жизнь объектов и субъектов публикаций, присутствует большое количество эпитетов, тропов, сравнений, образных и фразеологических выражений.

Компонент МКС «информационное пространство» соотносится с 6 публикациями: «**F1** boss to walk after paying \$100M», «Under the sea, **in photos**», «Xiaomi: China's **smartphone** king», «Hands-on world of **digital art**», «Why women become suicide bombers», «Brady made people talk about guns» («F1-босс после оплаты 100 млн. долларов», «Под водой, в фотографиях», «Сяоми: король китайских смартфонов», «Мир цифрового искусства на ладони», «Почему женщины становятся террористками-смертницами», «Брэди заставляет людей говорить об оружии»). Полученные публикации можно разделить на три группы:

– публикации, рассказывающие о событиях непосредственно из виртуального, цифрового информационного пространства – «**F1** boss to walk after paying \$100M», «Xiaomi: China's **smartphone** king», «Hands-on world of **digital art**»;

– публикации, формирующие виртуальное информационное пространство – «Under the sea, **in photos**»;

– публикации, раскрывающие философские темы, а значит также формирующие виртуальное информационное пространство, но не визуально, как публикации второй группы, а ментально – «Why women become suicide bombers», «Brady made people talk about guns».

Публикации, рассказывающие о событиях из виртуального мира, включают металексику информационного пространства «F1-boss», «**smartphone**», «**digital art**». Описываемые события сообщают сведения о структуре виртуальности, развитии информационного пространства, технических новинках, законодательных и информационных положениях, регулирующих виртуальную жизнь пользователей, программных новшествах и усовершенствованиях. Такие публикации помогают пользователю понять строение и возможности виртуального информационного пространства, закономерности его функционирования, ориентироваться в громадных пластах открытой и скрытой информации, научиться пользоваться интерфейсами программ, следить за обновлениями и вносить свой информационный вклад в единое информационное интернет-пространство.

Публикации второй группы непосредственно формируют информационное пространство, предоставляя информацию о реально мире в различных формах. Это могут быть устные и письменные тексты, фотографии и видеоматериалы, которые выкладываются в сеть или публикуются посредством других СМИ. Информация, оформленная соответствующим образом и внедряемая в информационное пространство, создает виртуальный мир, который представляет собой отдельные, хотя и систематизированные на смысловом уровне сегменты, однако репрезентирующие реальность в ограниченном виде. В виртуальном пространстве отдельные фрагменты знаний могут многократно повторяться, дублировать друг друга в зависимости от языка, картины мира, канала отражения действительности. Чаще всего это тематические подборки текстов, фотографий, видеороликов, связанные категориями и гиперссылками.

Публикации, раскрывающие философские темы, формируют ментальный уровень информационного пространства, порождают новые темы и развивают

уже известные. Раскрытие вопросов актуальной повестки дня в философском и публицистическом аспектах позволяют всесторонне рассматривать актуальные проблемы и производить большое количество текстов, наполняя информационное пространство общими по теме, но разными различными по структуре концептами, фреймами, сценариями и прочими единицами знаний. Компонент «информационное пространство» соотносится с публикациями, которые рассказывают о технических, структурных, визуальных характеристиках виртуального информационного пространства при помощи представленных в нем конкретных единиц знаний во взаимосвязи с метаданными виртуальности. Также к нему относятся публикации, формирующие и организующие его для удобства восприятия и взаимодействия с пользователями.

Таким образом, когерентный контент-срез исследуемого сайта показал, что публикации неравномерно распределены относительно компонентов, односторонне освещают некоторые события и публикации тревожно-негативной тематики – войны, горячие точки, эпидемии, гуманитарные и экономические проблемы, происшествия и преступления представлены в большем количестве, чем публикации нейтральной и положительной тематики – спорт, путешествия, научные открытия, технические новинки, новости культуры и искусства. В качестве особенностей сайта, дестабилизирующих матрицу коллективного сознания, необходимо отметить следующие:

1. Наличие большого числа публикаций тревожно-негативного характера.
2. Одностороннее освещение событий, сообщающее однотипность сюжетам, интерпретациям и оценкам событий, создавая у реципиента предпосылки к наступлению состояния ингратуала.
3. Наличие оценочных, эмоциональных лексем, абстрактных существительных, присутствие одной точки зрения на событие семантически формирует искусственно усеченную модель мира.
4. Наблюдается метатеза, искажение отношений между предметами, подмена субъекта объектом и наоборот – так называемое зеркальное перевертывание и перемешивание отношений в различных целях, от

маркетингового хода до необходимости освещения значимого материала в общепринятом ключе.

5. Синтез семантически несовместимых смыслов, которые выглядят совместимыми только при условии достаточных фоновых знаний.

6. Использование моделей сознательно усеченной реальности при умолчании некоторых фактов, формирование модели квазиреальности, оставляя реципиенту минимум возможностей полноценно осмыслить освещаемое событие.

7. Метафорический принцип дублирования информации в различных контекстах – образ страны, человека, события, как отрицательный, так и положительный, повторяется в различных медиатекстах, сюжетах. Если образ сформирован качественно, то реципиенту поступает новая информация, если – нет, то воспринимая искусственно сформированный образ, в котором сознательно искажены какие-то смыслы, то реципиент дезинформируется благодаря метафорическому повтору, клише и штампам, амальгамным образам.

Совокупность смыслов квазиреальной модели, сведений о происходящем в мире и в стране проживания после восприятия реципиентов публикаций на сайте вне зависимости от последовательности и количества, будет меньше, чем имеющаяся у реципиента информация. Это может вызвать у него разочарование и желание найти информацию в других источниках новостной информации. При некритичном восприятии информации такого не произойдет, но полученная недостаточная информация, снабженная недостоверными или абсурдными интерпретациями и коннотациями может создавать концепты с ложными знаниями о представляемых событиях и формировать ложные интенции и ожидания у целевой аудитории. Необходимо отметить, что в настоящей модели нет откровенно фантастичных образов, свойственных художественной литературе и искусству, но формирование ложной картины все же происходит, именно благодаря одностороннему освещению событий.

Учитывая, что в качестве исследуемого материала был выбран сайт англоязычного телеканала, необходимо описать, как воздействует на реципиентов разница в языковом восприятии. Для англоязычного реципиента самым трудным

оказывается сильная перенасыщенность материалами, рассказывающих о событиях за рубежом. Большая часть сюжетов компонентов «этнос» и «территория» повествует о других странах и государствах, которые могут быть интересны в связи с трагическими, военными и необычными событиями. Но при перенасыщенности информационного пространства отдельного медиа на конкретный момент времени у реципиента может исчезнуть интерес. Это может произойти и в том случае, если реципиент является постоянным читателем, зрителем, пользователем отдельного СМИ. Известно, что наиболее интересными являются события, происходящие в стране проживания реципиента или как-то связанные с ним. В данном случае мы имеем 40 публикаций из 57 размещенных единовременно на сайте, которые содержат такую информацию в эксплицитном виде. Стоит отметить, что большое количество сообщений из-за рубежа (по сравнению с объемом информации о событиях в стране и регионе проживания реципиента) может вызвать эффект перенасыщенности избыточной информацией. Однако перекося в количестве сообщений в пользу зарубежных новостей может быть объяснен спецификой редакционной политики и показателем крупного СМИ, репрезентирующего новости из других стран.

Но эксплицитное упоминание других стран и народов, однообразное освещение и общая интерпретация событий в горячих точках, освещение происходящего с точки зрения одной стороны конфликта при частом обращении утомляет и подрывает доверие реципиента к источнику информации, в данном случае к сайту телеканала. При восприятии информации из «замкнутого» информационного поля отдельного сайта, на котором визуально очень тесно и плотно располагается множество сюжетов, вызывает утомление и насыщает концептуальную картину мира реципиента однообразной с точки зрения качества информацией. Этот фактор и дестабилизирует концептуальную картину мира реципиента, поскольку однообразная интерпретация событий — не имеет значения по причине принятого формата или согласно принятой языковой традиции — замыкает или купирует уже имеющуюся информацию, не дополняя и не добавляя ничего нового в имеющиеся и формирующиеся концепты

реципиента. А с учетом того, что реципиент выходит в информационное пространство с основной интенцией получения и усвоения новой информации или подтверждения полученной ранее, то отсутствие таковой даже при наличии коммуникативного процесса не может восполнить пробелы и вызовет разочарование источником информации. Поэтому подвотр ангажированной информации, представление одной точки зрения на события может оказать отвращающее или дестабилизирующее действие на индивидуальную картину мира реципиента, а с учетом массовости аудитории крупных СМИ – и на матрицу коллективного сознания.

В процессе коммуникации и при восприятии уже известной информации, а также при однообразной подаче и интерпретации событий у реципиента возникает состояние инграуала. Согласно исследованиям по виртуалистике, такое состояние свойственно человеческой психике только при нахождении в виртуальной среде, в которой сведено к минимуму или отсутствует что-либо новое и неизвестное для реципиента. И если принять во внимание тот факт, что в рассматриваемом случае виртуальная среда является еще и насыщенным информационным пространством, то многократно увеличивается риск возникновения такого состояния на основе синдрома обманутых ожиданий, которые могут осознаваться реципиентом, а могут и не осознаваться. Явно или подспудно ощущаемый дискомфорт создаст проблемы в восприятии информации, может нарушить коммуникативный процесс в виртуальном информационном пространстве как при однонаправленном получении информации, так и при обмене ею при коммуникации между реципиентами одного и того же материала.

Можно предположить, что процесс единовременного насыщения одних компонентов матрицы индивидуального и коллективного сознания в ущерб другим вызывает дискомфорт и дестабилизирует общую картину мира реципиента. В матрице коллективного сознания, которая реализуется лишь в процессе коммуникации реципиентов при обмене тематически связанной информацией, может происходить срыв коммуникационного процесса, качественное/количественное сокращение объемов поступающей или

усваиваемой информации. К тому же тематический и рематический акцент при выборе тематик общения между реципиентами одного информационного поля смещается к тому матричному компоненту, который насыщен информацией больше, чем другие. Поэтому коммуникация будет протекать вокруг тех тем, которые относятся к тематике насыщенного компонента МКС. Наблюдается также закономерность, согласно которой обилие информационных концептов, связанных одной темой способствует формированию тематических и рематических кластеров, которые, в свою очередь, способствуют формированию новых концептов у всех, вовлеченных в коммуникацию в рамках данной темы и отдельного компонента МКС. В итоге тематическая обусловленность коммуникации в рамках одного компонента МКС будет формировать особое коммуникативное пространство, в котором посредством дискурсивных практик будут функционировать и взаимодействовать одни и те же компоненты индивидуальных матриц, обмениваясь информацией, усваивая ее и создавая концепты в семантическом поле актуального компонента МКС.

Многократный обмен схожими по тематике концептами, тематически объединенными в одном компоненте МКС, формирует картину мира уже не одного, как это происходит при восприятии информации с помощью виртуального источника информации или СМИ, а нескольких реципиентов одновременно. Виртуальная среда является идеальной для создания подобных информационных полей, объединенных тематически и фактуально, поскольку позволяет одновременно предоставлять информацию множеству реципиентов и обеспечить возможность одновременной и отсроченной во времени коммуникации, а также при помощи интерфейса и гипертекстового виртуального инструментария создавать целые сегменты виртуальности, где разворачивается дискурсивная коммуникация относительно взаимосвязанного набора тематик.

Большие возможности по привлечению к определенной тематике множества реципиентов, которых может связывать друг с другом лишь присутствие в виртуальном пространстве в качестве пользователей. Подобное свойство виртуального информационного пространства предполагает и возможность его

сегментирования на основе компонентов матрицы коллективного сознания, когда отдельный компонент может объединить не только несколько СМИ, но и «прилегающее» к ним пространство, в котором разворачиваются сходные по тематике дискурсы. Таким образом, медиадискурс может быть рассмотрен не только через совокупность схожих медиаресурсов и корпуса медиатекстов, созданных в виртуальности, но и во взаимосвязи коммуникантов, реципиентов, коммуникативной ситуации и медиатекстов как результат динамического процесса коммуникации.

Выводы по главе 3

Формирование мировоззрения в виртуальном медиадискурсе базируется на коммуникативных процессах, оперативными единицами которых становятся концепты, функционирующие или возникшие в них. Отличительной характеристикой подобных концептов является наличие виртуальной составляющей в смысловой структуре, а иногда отсутствие сигнификата. Данное отличие виртуальной коммуникации обусловило появление в виртуальном пространстве усеченного варианта объективно отражаемой реальности, позволяющей индивидам, так или иначе находящимся в ней, налаживать коммуникацию, вырабатывать поведенческие паттерны и сценарии коммуникативного взаимодействия.

Процесс информационного обмена в Интернет-медиадискурсе напрямую коррелирует с характеристиками формирующих информационных потоки СМИ и возможностями пользователей Интернета. Указанные особенности регулируют степень достоверности и мобильности информации, восприимчивость и чувствительность коммуникантов. Если рассматривать эвокацию в качестве коммуникативного процесса, то в ходе преобразований объекта эвокации в продукт коммуниканты находят и используют общие эвокативные средства, что

делается возможным при совместном определении точек соприкосновения и путей достижения объективно совпадающих целей.

Эвокативное воздействие в медиадискурсе происходит в процессе восприятия реципиентами определенного информационного потока и является более мягким типом воздействия по сравнению с воздействием пропаганды. Пропаганда часто предполагает репрезентацию информационного потока одной направленности, транслирующего настойчивое, активное убеждение в собственной правоте и правильной презентации события, исторических фактов, картины мира. Эвокативное воздействие отличается сохранением интенций реципиента и объединением их с интенциями субъекта путем поиска общих моментов и убеждения в правильности подхода эвокатора.

Эвокативное воздействие осуществляется через моделирование медиадискурса, эвокативный анализ и синтез, а также при помощи отдельных приемов преобразования текстовой семантики и вызывает в памяти у реципиента те образы, факты, аргументы и ассоциации, которые могут быть осознаны и восприняты как непротиворечащие его позиции, картине мира, представлениям, не вызывающие противоречий и отторжения. Благодаря эвокации коммуникативный процесс в медиадискурсе корректируется и направляет коммуникантов к поиску общих целей и обоюдовыгодному разрешению противоречий. Эвокатор, или инициатор коммуникации помогает остальным коммуникантам осознать и воплотить свои интенции в медиадискурсе как объекте эвокации, чтобы получившийся в результате продукт эвокации был понятен реципиентам и приемлем для них.

В ходе исследования нами были выделены динамическая и статическая модели коммуникативного процесса. Динамические модели предполагают большую интенсивность медийных потоков, ориентированы на порождение большого количества медиатекстов, что способствует быстрому проникновению эвокативных концептов в сознание реципиентов с последующей встраиваемостью их в концептуальную картину мира. Статические эвокативные модели рассчитаны на постепенный, последовательный процесс проникновения концептов в картину

мира, многократное закрепление концептов и воздействие, имеющее целью создание когерентного поведенческого сценария, паттерна. Последние медиадискурсы характеризуются статикой образа, когерентностью сообщений, многократностью повторов, от которых зависит метрика, положительным коннотативным содержанием и социально-ориентированной тематикой.

Таким образом, проведя когерентный контент-срез разноязычных моделей СМИ для сравнения эвокативного состояния относительно компонентов матрицы коллективного сознания, мы пришли к выводу, что отдельный медиа-ресурс при моделировании сообщения способен продуцировать эвокативный эффект, который может быть стабилизирующим или деструктивным по отношению к МКС и концептуальной картине мира реципиента. При возрастающем потоке деструктивных медиатекстов, не разделяемых сопутствующими стабилизирующими информационными потоками, опасность дестабилизации МКС может возрастать, поскольку множество не связанных друг с другом целевых реципиентов придут к схожим заключениям. При этом эвокативный эффект сам по себе не несет эмотивной составляющей, он может способствовать ее созданию при соответствующем моделировании медиатекста.

Стабилизирующая модель виртуального СМИ предполагает новостной, информативный формат, предоставляющий информацию реципиенту при следующих условиях: точные и достоверные сведения о событии с подтверждением цифровыми данными; отсутствие оценочной лексики, эмотивно окрашенных художественных средств при описании события; отсутствие метатезы, перемешивания логических и реальных отношений между описываемыми объектами; избегание описания ирреальных событий и фреймовых переходов. В процессе формирования деструктивной модели могут выполняться такие функции СМИ, как адаптивная и регулирующая, которые реализуются через создание отрицательных коннотаций. При первичной обработке информации определяется совокупный образ события, соответствующий предметной реальности и основанный на фактических данных. Получается образ, стремящийся к отражению реальности на уровне сенсорного

образа, но под которую в реальной модели подстраивается коннотативный материал, так, чтобы реальность происходящих событий не наводила на мысль о ложности негативных коннотаций.

Деструктивная модель СМИ, приводящая к дестабилизации, может иметь следующие характеристики: наличие большого числа публикаций тревожно-негативного характера при недостоверном и одностороннем освещении событий, сообщающее однотипность сюжетам, интерпретациям и оценкам событий. Такая модель создает у реципиента предпосылки к наступлению состояния инграуала, причем наличие оценочных, эмоциональных лексем, абстрактных существительных, а также одной точки зрения на событие семантически формирует искусственно усеченную модель мира. В текстах наблюдается метатеза, искажение отношений между предметами, подмена субъекта объектом и наоборот (зеркальное перевертывание и перемешивание смыслов), синтез семантически несовместимых смыслов, которые выглядят совместимыми только при условии достаточных фоновых знаний. Использование в подобных медиатекстах моделей сознательно усеченной реальности при неправильной интерпретации фактов формирует модель квазиреальности, оставляя реципиенту минимум возможностей полноценно осмыслить освещаемое событие.

ГЛАВА 4. ЭВОКАТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ

В главе 4 рассматриваются коммуникативные процессы и эвокативное моделирование: эвокативный синтез представлен в виде языковых и жанровых компонентов коммуникативно-ситуативного орнамента в Интернет-медиадискурсе, эвокативный деструктив реализуется через антиномичный метод моделирования медиадискурсивного пространства (информационные войны), а также через моделирование информационных потоков.

4.1. Коммуникативные процессы и эвокативное моделирование

Процесс эвокативного моделирования является отличительной чертой медиадискурса и связан с понятием языко-ситуативной коммуникации¹⁵². Многократное повторение речевых, неречевых и смешанных произведений в виртуальном пространстве, их копирование и распространение в бумажных вариантах образует в медиадискурсе соответствующий тексту коммуникативно-ситуационный орнамент. Понимание А.А. Чувакина основывается на языковом материале художественного текста, статика которого в отличие от динамичного характера медиадискурса позволяет рассматривать каждое отдельное произведение в качестве статического когерентного воплощения продукта эвокации. Динамика медиадискурса позволяет рассматривать каждое речевое произведение в динамическом аспекте, учитывая изменчивость информационных потоков, относительно которых, казалось бы, законченное речевое произведение

¹⁵² Волошинов В.Н. Стилистика художественной речи. Ст. вторая. Конструкция высказывания // Литературная учеба. 1930. № 3 ; Горелов И. Безмолвный знак: рассказы о невербальной коммуникации. 240 с. ; Колшанский Г.В. Паралингвистика. 5-е изд. М.: Ленанд, 2014. 100 с. Поливанов Е.Д. Избранные работы: труды по восточному и общему языкознанию. М.: Наука, 1991. 624 с. ; Чувакин А.А. К исследованию «жизни» текста. С. 333–334 ; Его же. Смешанная коммуникация в художественном тексте. 138 с. ; Его же. Смешанная коммуникация в художественном тексте: основы эвокационного исследования. 126 с. ; Якубинский Л.П. Язык и его функционирование: избр. работы. М.: Наука, 1986. 207 с.

начинает преодолевать текстуальную статику и приобретает дискурсивные характеристики¹⁵³.

Например, законченный текст новости обладает всеми признаками и характеристиками текста, но при изменении коммуникативно-ситуационных условий в медиадискурсе, таких как актуальность его темы в новостной повестке дня, рематические дополнения фактов в процессе поступления новой информации и уточнения полученных данных и других изменениях он получает новые характеристики за счет добавления эвокативных средств преобразования и воспроизведения информации.

То же самое происходит и в отношении *homo loguens*, представляющего в учении об эвокации мысль М.М. Бахтина о «чужой речи», встраиваемой в контекст автором, предполагающим, что, как и в каком виде должен услышать адресант информации¹⁵⁴. Положение о «чужой речи» объединяет все подходы в коммуникации вне зависимости от научной отрасли. В медиаисследованиях данное явление называется ожиданиями целевой аудитории¹⁵⁵, в филологии и лингвистике предстает в качестве речи, направленной на речь другого человека¹⁵⁶. Дискурсивная лингвистика, в русле которой эвокация рассматривается как процесс, говорит о реализации репрезентативной функции языка в творческой деятельности говорящего и слушающего в коммуникативной ситуации и

¹⁵³ Чувакин А.А. Творчество В.М. Шукшина в исследованиях филологов Алтайского государственного университета (1989–1999) // Сибирский филологический журнал. 2002. № 1. С. 11–26.

¹⁵⁴ Чувакин А.А. Смешанная коммуникация в художественном тексте. 138 с.

¹⁵⁵ Варганова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. 278 с. ; Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013. 479 с. ; Засурский Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика, 2008–2013. М.: Медиа Мир, 2013. 296 с. ; Его же. Техника дезинформации и обмана. М.: Кн. по Требованию, 2013. 244 с. ; Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2006. 287 с. ; Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. М.: Рип-холдинг, 2003. 221 с.

¹⁵⁶ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. С. 159–206 ; Его же. Эстетика словесного творчества. 412 с. ; Лихачев Д.С. Избранное: мысли о жизни, истории, культуре. 334 с. ; Его же. Историческая поэтика русской литературы... 508 с. ; Его же. Концептосфера русского языка. С. 3–9 ; Скаличка В. Асимметричный дуализм языковых единиц // Пражский лингвистический кружок. М.: Прогресс, 1967. С. 119–127 ; Его же. О современном состоянии типологии // Новое в лингвистике. М.: Изд-во иностр. лит., 1963. Вып. 3. С. 19–35.

воплощении результата этой деятельности в последовательности знаков (текстов)¹⁵⁷.

Эвокативный подход к коммуникации считает характеристики *homo loguens* в качестве экстралингвистических факторов, влияющих на выбор эвокативных средств, и отсылает к формулировке В. Скалички: движения от обозначающего к обозначаемому, повторяющемся в каждом устном и письменном речевом произведении. Именно эта повторяемость становится столь очевидной в быстро меняющемся медиадискурсе и позволяет говорить о коммуникативно-ситуационном орнаменте, учитывающем повторение не только когерентных речевых произведений, но и коммуникативной ситуации в различных сегментах виртуальной реальности, в которых функционирует одно речевое произведение во всей совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов или вся последовательность знаков¹⁵⁸.

Благодаря повторяемости всего речевого произведения или его отдельных компонентов в различных сегментах виртуального пространства коммуникативно-ситуативный орнамент из эвокативной последовательности знаков создают связную систему текстов, объединенных общими эвокативными компонентами, закладывающими возможность коррелирования на различных языковых и неязыковых уровнях. Ярким примером спонтанного создания коммуникативно-ситуационного орнамента из речевых произведений в виртуальном пространстве является разделение Интернета по языковому принципу, когда сайты на одном языке объединяются в отдельный сегмент. Стоит отметить, что в данном случае особенность восприятия виртуального пространства задается одним критерием – языком, который является репрезентативным материалом для отражения реальности в данной среде. Серверы сайтов могут быть расположены где угодно разбросанны по всему миру, но коррелировать по языковому принципу будут только с подобными виртуальными речевыми произведениями, созданными на одном языке.

¹⁵⁷ Чувакин А.А. Интернет-коммуникация... С. 385–396.

¹⁵⁸ Скаличка В. Асимметричный дуализм языковых единиц. С. 119–127 ; Его же. О современном состоянии типологии. С. 19–35.

В случае Интернет-медиадискурса динамика эвокативных процессов в рамках отдельно взятого коммуникативно-ситуационного орнамента одноязычных речевых произведений наглядно представлена в процессе распространения новой информации и во взаимодействии различных сегментов по передаче и обмену новыми данными. В то же время именно в медиадискурсе стандартизованная подача речевых произведений и большая заинтересованность авторов в репрезентации действительности сообразно собственным интенциям и ближе всего к ожиданиям адресантов способствует целенаправленному отбору эвокативных средств. Эвокативное моделирование речевых произведений в медиадискурсе реализуется при отборе языковых, жанровых, коммуникативных, экстралингвистических компонентов и синтезе одного и нескольких речевых произведений, создающих взаимосвязанный ряд знаков различного уровня и складывающихся в коммуникативно-ситуативный орнамент (КСО).

4.2. Языковые компоненты коммуникативно-ситуационного орнамента

Языковые компоненты эвокации в медиадискурсе будут соответствовать интенции коммуниканта-адресанта, инициирующего общение путем создания текстов и дискурсов в медиапространстве. Медиадискурс весьма показателен именно с точки зрения инициации общения, диалога в понимании М.М. Бахтина, поскольку представляет собой совокупность СМИ различных форматов, порождающих целый ряд текстов и дискурсов¹⁵⁹.

Необходимо отметить, что в понимании М.М. Бахтина существует диалог между автором и исследователем текста, на котором базируется метакоммуникативный дискурс-анализ текста. В случае эвокации и эвокации в медиадискурсе мы имеем дело с синтезом текстов и дискурсов по определенным стилистическим и жанровым правилам. Эвокативный подход подразумевает диалог между субъектами в аспекте репрезентативной функции языка

¹⁵⁹ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. С. 159–206.

(Э. Бенвенист, А.А. Чувакин) и ситуативной теории (К. Бюлер) и включает адресанта и реципиента, действительность и концептуальную систему, текст и дискурс¹⁶⁰. Выбранный нами эвокативный подход раскрывает речевое явление эвокации в аспекте восприятия и усвоения репрезентированного реципиенту в речевом произведении отображения реальной действительности, и последующего органичного включения его в концептуальную картину мира. Условием включения отображенной действительности в концептосферы картины мира реципиента является успешная верификация репрезентированного. Эстетически такой подход реализуется во включении переданных переживаний в эмоциональную сферу реципиента через нахождение своего места, схожих или одинаковых характеристик и событий в представленной картине мира¹⁶¹. Если подобной самопроекции не происходит по причине резкого несоответствия представленной картины мира, имеющейся у реципиента или по результатам верификации, то текст не воспринимается ни на одном языковом уровне и быстро забывается. Дискурс благодаря своей динамической природе может остаться в памяти и непосредственно воздействовать на реципиентов, сообщая им базовые информационные и эстетические концепты в ряду текстов, речевых произведений различных формаций, воспроизводящих КСО информационных концептов и эстетических маркеров, которые усваиваются при многократном повторении и восприятии.

Некоторыми своими характеристиками Интернет-СМИ и виртуальные средства общения соответствуют дискурсу как таковому, способствуют прототипической ситуации в социокультурном контексте медийной коммуникации или общения посредством медиа. С подобного ракурса весь Рунет можно рассматривать в качестве прототипической коммуникативной ситуации в русском социокультурном пространстве. Поэтому тексты и дискурсы, порожденные в рамках Рунета на русском языке и не только на нем, будут

¹⁶⁰ Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: УРСС, 2002. 448 с.; Бюлер К. Теория языка. Репрезентативная функция языка. М.: Прогресс, 2000. 502 с.; Чувакин А.А. К исследованию «жизни» текста. С. 333–334.

¹⁶¹ Lukács G. Geschichte und Klassenbewußtsein. Neuwied ; Berlin, 1968.

формально и содержательно структурированы в русской культурной традиции и будут имплицитно или эксплицитно отражать социальные процессы, протекающие в обществе.

Прежде всего коммуникант выбирает языковые средства для максимально точного воплощения собственных интенций. Это могут быть фонетические, морфологические и лексические единицы, грамматические структуры, жанровые и стилистические особенности, отражающие только языковые аспекты.

В качестве фонетических средств могут быть использованы интонационные элементы и элементы акцентуации слова, членение на фразовые и сверхфразовые единства, воспроизводящие чьи-то интонации или акценты, подчеркивающие смысл и ставящие ударение на том слове, привлечение внимания к которому может изменить значение всего текста. Использование фонетических средств часто позволяет говорящему передать слушающему дополнительное значение слов, эксплицировать коннотативные связи текста. Эвокативная (воспроизводящая и воздействующая) функция реализуется фонетическими средствами именно во взаимосвязи семантики текста с семантикой контекста и экстралингвистическими факторами. В собранном путем кластерной выборки практическом материале присутствуют новостные и аналитические статьи, а также аналитические и полемические беседы в текстовом и видеоформате. Мы рассмотрим в качестве примера одну из них: полемическую беседу с сайта аналитического агентства «Stratfor» – «Conversation: Forecasting vs. Scenario Planning».

Необходимо отметить, что текст беседы не совсем совпадает с дискурсом, представленным на видео. Из фонетических средств используется интонирование при отсутствующих в тексте обращениях «guys, boys», а также паузы при синтаксическом членении текста. Повышение и понижение интонации наблюдалось при выделении пояснений и дополнений, а также при разделении на сверхфразовые единства: «We're going to do something a bit different – *and I hope not too abstract* – today». «What I mean by this is we've focused at Stratfor on the narrow band – *if that's the right word* – of relations between nation states. In your

realm, you're looking at a lot more data sets – *if that's the right word* – and that we're dealing with a smaller number of data sets inherently seems to make our task simpler than yours» («Мы намерены обсудить что-то особенное – *я надеюсь не слишком абстрактное* – сегодня», «Я имею в виду, что мы в Стратфор специализируемся на сложной проблематике – *если это подходящее слово* – на отношениях между национальными государствами. С вашей позиции вы имеете дело с огромным количеством данных – *если это подходящее слово* – а мы работаем с небольшим количеством сведений, поэтому наша задача проще вашей»). В цитате мы наблюдаем также корреляцию через повтор двух предложений, объединенных в сферхфразовое единство и выполняющих функцию акцентуации через сложное сочетание нескольких фонетических приемов: паузы, акцентуация и ритмизация через повтор, словесное ударение на словосочетание «right word». В другой видеобеседе Стратфор «Conversation: Iranian Nuclear Negotiations» используется повтор начала вопроса, вопросительных местоимений: «*What* do you think of the main sticking points? **What's** really holding up the negotiations themselves?» (Что вы думаете о спорных моментах? Что препятствует переговорам?). Все же характерным для аналитических бесед является ровное интонирование фраз, редкая паузация, коммуниканты стараются избегать повторов, проговаривать текст (неподготовленная речь) без особой эмоциональной окраски. Нейтрализация эмотивности фонетических средств встречается также и в беседе «Conversation: Oligarchs in Ukraine Stand Off» (Беседа: сдерживание олигархов на Украине)¹⁶².

Стремление к нейтрализации эмотивности фонетических средств часто свидетельствует об авторской интенции сохранить информативность текста на высоком уровне и обеспечить концентрацию реципиента на излагаемых фактах. Так, в данном дискурсе высказывания отличаются завершенной синтаксической формой предложений, ровным интонированием, акцентированием лишь значимой фактологической информации. Несомненно, в речи обоих коммуникантов встречаются некоторые элементы фонетической градации. Например, начало нескольких предложений с наречием «so»: «So essentially we had two incidents that

¹⁶² URL: <https://www.stratfor.com/video/conversation-oligarchs-ukraine-stand>.

created this standoff», «So this Kolomoisky character, he is one of the oligarchs in Ukraine, as is Poroshenko who is now president», « So we have examples of oligarchs in the east providing humanitarian aid in separatist-held regions» («Вообще было два инцидента, которые спровоцировали это противостояние», «Итак, это Коломойский, один из украинских олигархов, и Порошенко, который сейчас является президентом Украины», «Однако у нас есть примеры олигархов на востоке, обеспечивающих доставку гуманитарной помощи на подконтрольные сепаратистами территории »), а также использования слова «so» в качестве связки предложений: «There's many more I understand, so what does this whole landscape look like?», «Right, so before the conflict broke out, the most influential oligarch in Ukraine was Rinat Akhmetov» («Здесь присутствует нечто большее, как я понимаю. Итак, на что похожа полная картина происходящего?», «Совершенно верно, до того, как разгорелся этот конфликт, Ринат Ахметов был самым влиятельным украинским олигархом»). В целом слово «so» встречается в тексте 14 раз, из них 11 в качестве вводного слова и 3 – союзного.

4.3. Жанровые компоненты коммуникативно-ситуационного орнамента

Макроуровень медиадискурса представлен среди перечисленных элементов микроуровня в виде жанровых характеристик, включающих тематические и рематические структуры медиатекстов. Вопрос актуального членения медиатекстов и собственно медиадискурса становится основой для жанрового своеобразия медиадискурса, поскольку, используя различные акцентуации исходного пункта высказывания, медиатексты по-разному подают и освещают события.

Выделение исходного пункта в медиадискурсе происходит на уровне абзаца: в качестве исходного пункта сообщения, статьи, передачи и так далее. Классические положения об актуальном членении предложения на тему и рему, выдвинутые А. Вейлем и развитые В. Матезиусом в работе Пражской

лингвистической школы, были продолжены представителями психолингвистического направления, считавшими тему психологическим субъектом, а ремю – психологическим предикатом, что несколько отстранило ход исследования от содержательной стороны, акцентируя психологическое функционирование названных единиц в тексте¹⁶³. В. Матезиус считал известность неотъемлемой характеристикой темы, основываясь на положении о том, что тема и рема имеют лексическое словесное значение. Однако медиадискурс предполагает частую смену известного и неизвестного в тексте и дискурсе, в зависимости от интенций коммуникантов, жанра, специфики издания, телевизионного или радиоканала, актуальной повестки дня. В зависимости от подачи нового в медийной информации, от интерпретации фактов, от условий, которые необходимо соблюсти изданию или виртуальной площадке происходит снабжение сообщения дополнительной контекстуальной информацией, акцентирование деталей, унификация сообщений одного жанра¹⁶⁴.

Итак, жанровые компоненты в данном случае включают тематическую и рематическую смысловые структуры медиатекстов, стилистические характеристики и композиционные формы медиатекстов, имеющих в своем составе компоненты, непосредственно связанные с МКС. Компоненты МКС могут быть реализованы в тексте на различном языковом уровне, с учетом центростремительного характера общего контекстуального фона медиадискурса их актуализация чаще всего происходит на лексическом языковом и семантическом дискурсивном уровнях. Казалось бы, выделение темы и ремы относится к актуальному членению предложения и не может выступать в качестве отдельного жанрового, стилевого или дискурсивного признака, однако медиадискурс, в отличие от корпуса текстов, реализует репрезентативную функцию языка в совокупности значений темы и ремы, поскольку он представлен информационными структурами. Информация создается динамическим сочетанием лексического содержания темы и ремы, обуславливающего

¹⁶³ Чувакин А.А. Смешанная коммуникация в художественном тексте: основы эвокационного исследования. 126 с.

¹⁶⁴ Там же.

наполнение пропозиций или макроконцептов, содержащихся в нескольких текстах, образующих открытые или замкнутые последовательности текстов в рамках медиадискурса. Тема в рассматриваемом случае будет объединять макроуровень возникающих в медиадискурсе текстов, сюжетов, программ, главной характеристикой которого будет соответствие актуальной повестке дня, а также совпадение с распространенными в целевой аудитории представлениями об описываемых событиях, персонажах, реалиях. Ремой в медиадискурсе чаще всего являются факты, топографические, исторические, научные сведения, сведения из различных сфер общественной жизни, данные о персоналиях, расчеты и гипотетически предположения о развитии тех или иных событий. Определение ремы и темы происходит в зависимости от контекста и медиадискурсивного жанра.

Необходимо отметить, что тема и рема, рассматриваемые с позиции информации, представлены макропропозициями, репрезентируемыми в различных отрывках текста, а не только в отдельно взятом предложении. Поэтому рассматривать развитие темы можно на макроуровне отдельного текста и соответственно назвать исследуемые единицы смысла или концептуальные единицы макротемой и макроремой. Основанием для раскрытия макроремы служит характерная черта медиадискурса – представление новой информации, которая воспринимается реципиентами в качестве таковой при неоднократной вербализации актуальных тематических концептов: актуальная повестка дня, состоящая из определенного набора макротем, освещается в большинстве СМИ, на других ресурсах, блогах, в сообщениях пользователей соцсетей на протяжении определенного отрезка времени. Вербализация тематических концептов происходит в сочетании с макроремой, которая усилиями авторов становится известной информацией после формулирования в дискурсах различных жанров и многократного распространения в виртуальной среде. В любом случае, тематическая информация может восприниматься в качестве новой и после актуализации в медиадискурсивном пространстве.

Здесь отчетливо проявляется верификационное эвокативное начало: макрорема становится известной, а значит, информацией, акцептированной картиной мира реципиента, тогда и только тогда, когда устанавливаются субъектно-субъектные отношения между коммуникантами (автором текста или дискурса и реципиентом информации). Посредство техники в виртуальном пространстве медиадискурса впервые в информационной эре Гутенберга предоставило возможность субъектно-субъектных отношений автора и читателя, а также всех коммуникантов, вовлеченных в процесс медийной коммуникации, в которой оперирование на концептуальном уровне происходит не столько отдельно взятыми смыслами и лексическими значениями текстов, но когерентными пропозициями дискурсивного макроуровня. Развивая одну тему в нескольких предложениях, медиадискурс формирует сверхфразовые единства, которые в отдельных случаях могут совпадать с дискурсом в общих чертах. В совокупности данный вид макроуровневой презентации позволит нам увидеть раскрытие макротемы в медиадискурсе как таковом и формирование макроконцептов из макрорем путем многократного повторения в речевых произведениях медиадискурса.

Рассмотрение представленной в медиадискурсе информации в виде пропозиций позволяет сконцентрироваться на фактической стороне информации и суждениях относительно полученных сведений, а категорию модуса отнести к контексту, актуализованному в медиадискурсе в конкретный промежуток времени согласно определенным медийным задачам и авторским целеустановкам. Подобный подход согласуется с социолингвистической моделью построения контекста М. Халлидеем, согласно которой контекст включает поле, тональность и модус высказываний. Поле согласуется с пропозициями и информативным содержанием, тональность с дискурсивными характеристиками (у В.И. Карасика это называется стилем дискурса), модус – с каналом передачи информации или

обусловленностью коммуникации экстралингвистическими факторами, ограниченными непосредственными условиями протекания коммуникации¹⁶⁵.

Контекст в медиадискурсе наглядно демонстрирует моделирование по Р. Ходжу и Г. Крессу логономической системы воздействия одних социальных прослоек на другие. Логономическая система заключается в установлении некоторого набора правил для концептуализации значений и их восприятия. В частности, у Ходжа и Кресса согласно этим правилам определяются лица, имеющие право формировать смыслы и концепты, что соответствует так называемым «опиниенмейкерам» в медиадискурсе или лидерам мнений, выбирать, что, при помощи каких языковых средств концептуализируется и кому сообщается. Также упоминается модус общения, но с учетом виртуальной универсальности средств массовой коммуникации, эту категорию можно отнести к коммуникативным средствам формирования и обмена сообщениями между коммуникантами. С лингвистических позиций понятие модуса скорее соответствует тональности или отношения коммуниканта к сообщению. Модус по Балли или тональность по Ходжу-Крессу приобретает большую значимость для формирования контекста в медиадискурсе¹⁶⁶. Остановимся все же на термине, предложенном для обозначения отношения Ш. Балли, поскольку он разработан рядом ученых и четче выражает суть рассматриваемого явления дискурсивной действительности¹⁶⁷.

¹⁶⁵ Карасик, В. И. Культурные доминанты в языке. С. 3–16 ; Его же. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.

¹⁶⁶ Kress G., Hodge R. Language as ideology. Routledge, 1979.

¹⁶⁷ Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М.: Изд-во иностр. лит., 1955. 416 с. ; Макаров М.Л. Основы теории дискурса. 280 с.

4.4. Антиномический метод моделирования медиадискурса. или информационные войны

Антиномический метод моделирования медиадискурсивного пространства представляет совокупность эвкативных приемов, соответствующих интенции авторов речевых произведений при помощи языковых и технических средств. Антиномическое продуцирование когерентного медийного пространства в некоторых гуманитарных науках (социология, геополитика) называют информационным противостоянием, или информационными войнами. Последний термин часто используется в медийных публикациях, посвященных международной аналитике, в политической и экономической публицистике, а также обозначает противостояние систем мировоззрения, философских и этнических картин мира и отражает культурную, экономическую и политическую конкуренцию. Принцип антиномичности необходим для воплощения в медийных публикациях и дискурсах противоположных интересов, точек зрения, мнений, убеждений, идеологических установок, правовых и экономических вопросов¹⁶⁸.

Для антиномического подхода характерно наличие противоречий между заказчиками, адресантами и сопутствующими продуцентами конечных речевых произведений и дискурсов в рамках медиадискурса. Для воплощения авторских интенций в текстах часто используются эвкативные средства, воздействующие на целевую аудиторию через формирование контекстов и сообщений с общим тематическим и рематическим рисунком, который благодаря возможности публиковать для массовой аудитории позволяет использовать одновременно большое количество текстов схожей тематики и преподносить рематические элементы в различных смысловых контекстуальных рамках. Под рематическими элементами мы понимаем фактические сведения, являющиеся новыми для медиадискурса и предоставляемыми широкой аудитории для получения сведений об актуальных событиях. Контекст придает им характер антиномичности в

¹⁶⁸ Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. 240 с. ; Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. 656 с. ; Kress G., Hodge R. Language as ideology. Routledge, 1979.

зависимости от складывающейся обстановки, формирования информационных потоков и столкновения интересов различных политических и экономических группировок, создающих фоновый контекстуальный эффект в медиадискурсе. В качестве примеров подобных столкновений можно привести конкурентную борьбу изданий, политиков, публицистов и так далее.

Антиномический подход к моделированию медиадискурсивного пространства не противоречит диалектической триаде Гегеля «тезис – антитезис – синтез» и реализует системный подход при формировании медийного информационного пространства. Информационное пространство при определенной степени накопления речевых произведений превращается в иноформационную среду, производящую и автономно воспроизводящую речевые произведения согласно самым распространенным в конкретный момент формам и с использованием лексических, грамматических, фонетических, визуальных средств в соответствии с авторской интенцией и иерархией общепринятых ценностей, общественных установок и запросов на тематики.

При реализации контролируемого антиномического подхода создаются и вбрасываются материалы, необходимые для создания определенных настроений, имиджевых характеристик торговых компаний, социальных групп, прослоек и так далее. Медийные произведения, тексты и дискурсы, информационные потоки тесно обусловлены языковым субстратом и в сущности своей являются речевыми потоками, созданными авторами текстов и коммуникантами на его основе. Материальность последнего подкрепляется использованием современных технических средств, материализующих вплоть до образной визуализации семантических отношений, семантики как таковой.

Учитывая популярность диалектической триады Гегеля в трудах лингвистов, медийные и прикладные исследователи также выстраивают рассмотрение и репрезентацию сущности целого объекта в виде последовательности уровней знаний о нем, воплощенных в различных речевых медийных произведениях. Однако при антиномическом подходе в сформированном медийном пространстве функцию тезиса выполняют тексты и

дискурсы, репрезентирующие информацию в чистых информационных концептах, то есть сообщающие объективные характеристики презентуемого субъекта или предмета. Тезисная медийная репрезентация информации чаще всего сопровождается положительными коннотациями, ярким примером чего являются различные типы рекламных текстов и дискурсов: контекстная реклама, скрытая реклама и так далее. Антитезисный принцип репрезентации информации в медийном пространстве реализуется в конкурирующих текстах, репрезентирующих конкурирующие продукты, диаметрально противоположную точку зрения, отличающиеся точки зрения, неоднозначные мнения и рассуждения относительно денотатов. Синтетический принцип реализуется в так называемом «сухом» остатке взаимодействия тезисных и антитезисных речевых произведений¹⁶⁹.

Необходимо отметить, что данное использование диалектической триады ближе к медийной презентации товаров, услуг и прочих реализуемых в медийном пространстве товарно-денежных отношений. Информационные войны в медиапространстве также используют подобный способ репрезентации смыслов, однако третий уровень репрезентации знаний в смыслах в данном случае представлен в императиве окончательного убеждения реципиента в полной и частичной правильности, достоверности представленной точки зрения. Конечным планируемым результатом подобного использования антиномического подхода является встраивание репрезентируемых смыслов, готовых или формируемых в процессе коммуникации концептов в картину мира реципиента медийной информации.

Антиномический подход к формированию информационного пространства необходимо отличать от конкурентной медийной среды, в которой реализуются отдельные финансовые интересы, не рассчитанные на постоянное противостояние, например, между интересами крупных транснациональных компаний, политических групп внутри стран, их постоянное взаимодействие на

¹⁶⁹ О'Коннор Дж., Макдермотт И. Искусство системного мышления: необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем. М.: Альпина Паблишер, 2013. 254 с.

международной арене. Одноязычная конкурентная медийная среда – это коммуникативное пространство, охватывающее речевые произведения на одном языке, которые сообщают сведения о реальности для воспроизводства текстов и дискурсов на данном языке.

Основной характеристикой данной среды является неспособность учитывать другие культурные особенности, неприятие отличающихся и препятствование встраиванию в общее информпространство чуждых культурных концептов. В подобном медийном пространстве будут сталкиваться интересы авторов, коммуникантов и реципиентов одной языковой принадлежности и, не находя «конкурентов» из других языковых групп, с которыми пришлось бы считаться, рискуя потерять зарубежную аудиторию, коммуникация будет строиться по принципу взаимного конкурентного уничтожения вместо принципа сотрудничества, свойственного многоязычному коммуникативному пространству. Многоязычное коммуникативное пространство формируется текстами и дискурсами на различных языках представителями различных культур, что создает множество противоречий, но в то же время побуждает к поиску путей их разрешения.

Одноязычная медийная среда предоставляет информационное пространство для коммуникативного взаимодействия коммуникантов и речевых произведений при помощи одних и тех же языковых средств, одних и тех же способов культурной репрезентации знаний. И каждый коммуникант, попадающий в упомянутую среду извне, вынужден выстраивать свои речевые произведения в соответствии с принятыми правилами. Если инициатор коммуникации и автор текстов недостаточно владеют языковыми средствами и коммуникативными правилами построения дискурсов, то необходимость доступа к целевой аудитории заставляет их искать языковых посредников, которые привносят в одноязычную коммуникативную среду чаще всего чистые информационные концепты, касающиеся непосредственного содержания денотата или, например, предлагаемого товара. При этом в относительно небольшом количестве в одноязычную коммуникативную среду попадают концепты иной культуры,

свойственной инициатору взаимодействия. В то же время инокультурный коммуникант приходит в одноязычную коммуникативную среду с определенной целью, после реализации которой он покидает данное информационное пространство, которое может усвоить привнесенные концептуальные элементы, а может и не усвоить.

Многоязычное виртуальное пространство, реализованное на технической и технологической базе Интернета, предполагает обмен информацией на изначально выбранном языке, но при этом происходит обмен культурными концептами. Медийное информационное пространство тяготеет к одноязычному формату обмена информацией, но в то же время, учитывая его развернутость в различных культурных средах одновременно по всему миру и принадлежность потенциальной аудитории к различным этносам, сообщает виртуальному медийному пространству эксплицитную функцию всемирного объединения и поиска точек соприкосновения различных культур, стран, экономических и политических национальных интересов, интересов социальных групп, торговых компаний и индивидуальных интересов, культурных и личностных особенностей коммуникантов, участвующих в общении посредством технических средств net-коммуникации с персональных позиций.

Антиномический метод формирования медийного пространства осуществляется на основе создания оппозиций, полярных точек зрения, мнений путем их многократного озвучивания на большие сегменты целевой аудитории. Оппозиционное разделение аудитории может быть естественным и искусственным, в зависимости от интенции коммуникантов, заинтересованных в инициации информационного противостояния. Подобное противостояние, инициированное в медийном пространстве, обозначается обычно в качестве информационной войны.

Классический термин «информационная война» подразумевает «интенсивное противоборство в информационном пространстве с целью достижения информационного, психологического и идеологического превосходства, нанесения ущерба информационным системам, процессам и

ресурсам, критически важным структурам и средствам коммуникаций, подрыва политической и социальной систем, а также массовой психологической обработки личного состава войск и населения»¹⁷⁰. Таким образом, реорганизация информационного медийного пространства при помощи антиномического подхода на различных одноязычных медийных ресурсах и даже на персональных сайтах так называемых «опиниенмейкеров» может свидетельствовать о наличии интенсивного информационного противостояния. От естественного течения дискурсивных процессов и спонтанного противостояния информационных и речевых потоков в коммуникации упомянутое состояние отличает искусственное обострение коммуникативных ситуаций, акцентирование проблемных сфер общественной жизни_ ярко выраженный одновременный «вброс» или появление в информационном пространстве политически и экономически ангажированных публикаций, речевых произведений и целых дискурсов диалогического и полилогического характера.

С учетом специфики настоящего исследования, ограниченного исследованием медиадискурса, термин «информационная война» рассматривается в широкой трактовке обозначает противоборство в информационном пространстве и средствах массовой информации для достижения определенных политических целей.

Необходимо также учесть, что обозначенная в качестве узкоспециализированной характеристики информационной войны тема военного противоборства в глобальном информационном пространстве, в отдельном одноязычном секторе Интернета предусматривает достижение одностороннего преимущества при работе с информацией, а также снижение эффективности эвокативного воздействия соответствующих действий противника через СМИ, которое также имеет место при противостоянии в медийном дискурсе. Антиномический подход, используемый для искусственного обострения существующих или не существующих противоречий в медийном

¹⁷⁰ Война и мир в терминах и определениях: военно-политический словарь / под общ. ред. Д.О. Рогозина. М.: Вече, 2011. 640 с.

информационном пространстве, является прямым критерием, показателем наличия непосредственного информационного противостояния различной степени интенсивности. Резкое обострение противоречий в медиадискурсе, представленное на различных ресурсах, в т.ч. электронных СМИ, не имеет объективно обусловленных языковых и коммуникативных показателей. Однако может свидетельствовать о наличии информационной войны или временной эскалации информационных противоречий, сопряженной с изменением информационной обстановки в связи с какими-либо политическими или экономическими процессами.

Информационное противостояние в медиадискурсе чаще всего формируется на основе международного взаимодействия, поскольку страны стремятся оказать воздействие на одноязычную медиасферу, сегмент Интернета или внетехнический иноязычный медиадискурс. Стоит акцентировать внимание исследователей на том, что технические аспекты информационного противостояния, касающиеся сетевых и кибернетических войн направлены на достижение одностороннего преимущества по техническому сбору и контролю движущихся в медиaprостранстве информационных потоков. Однако синхронизация девайсов, отвечающих за передачу технических данных с приборов, устройств и военных машин, имеет косвенное отношение к информационным войнам, развертываемым в медиадискурсе.

Медиадискурс – это информационная сфера, в которой преобладает смысловая, семантическая составляющая, ориентирующая любое противостояние на когнитивную сферу. Происходит борьба концептов различного наполнения (философского, социального, политического, экономического, обиходного, правового и др.) за сохранение стабильного когерентного состояния концептуальной картины мира реципиентов информации, несущей эвокативную составляющую, призванную воздействовать на получателей со стабилизирующей или деструктивной целью на их картину мира.

Отдельные информационные операции в ходе спланированного информационного противостояния в медиадискурсе предполагают преобладание

в приемах подачи информации в медийное пространство так называемых «вбросов» заранее подготовленных речевых произведений разного формата через «раскрученные» СМИ, то есть средства массовой информации с большим охватом аудитории. Подобные инвазии речевых произведений в одноязычный сегмент медийного информационного пространства осуществляются с целью информационного давления на обозначенную им аудиторию для принуждения ее принять выгодное коммуникантам решение относительно какого-либо продукта, услуги, конкретного политического решения, отдельной характеристики репрезентируемого объекта или предмета, акцентированной и отраженной в продукте эвокации, в который превращается речевое произведение при использовании эвокативных языковых и коммуникативных средств.

Информационно-психологическое противостояние в медиадискурсе имплицитно присутствует практически постоянно, поскольку информационные потоки содержат различную, часто неоднозначно трактуемую информацию, чья противоречивость может подчеркиваться и позиционироваться искусственно вне зависимости от специально организованных мероприятий, направленных на подрыв стабильности психологического состояния населения и личного состава вооруженных сил противника в информационном противостоянии.

Антиномичность, в том числе и искусственной природы, может наблюдаться в медиадискурсе и эксплицитно, но не иметь своей целью деструктивное воздействие на сознание целевых групп населения. Другой вопрос, если непреднамеренно организованное сочетание информационных потоков, базирующихся на речевых потоках, изначально антиномически репрезентирующих денотаты и семантические отношения, сознательно используется для хаотизации медийного пространства или восприятия поступающей информации реципиентами.

В конкурентной медийной среде вброс информации и формирование медийных эвокативных продуктов происходит на базе товаров, услуг и прочих рыночно обусловленных денотатов, представляемых в медийной среде в связи с различными контекстами, от официально-делового до обиходно-рекламного.

Целью подобных публикаций является не сообщение эксплицитных и имплицитных смыслов, не встраивание ценностных концептов в картины мира реципиентов, но создание положительных коннотаций с денотатом. Конкурентная медийная среда стремится к конкуренции продуктов, марок, брендов и так далее, вытесняя собственно совокупное информационное противостояние в рамках общих, групповых, локальных и глобальных интересов.

4.5. Эвокативное моделирование информационных потоков в медиадискурсе

Эвокативное моделирование информационных потоков в дискурсе происходит на основе общих принципов работы с большими объемами информации, которые должны быть предоставлены массовой аудитории в виде, наиболее приемлемом и удобном для восприятия целевой аудитории СМИ, и по возможности полном соответствии интенции адресата. В частности, все эти принципы отражаются в трех аспектах работы с информацией:

1. Отбор информации.
2. Обработка полученной при отборе медийной информации.
3. Подача эвокативно обработанной информации через СМИ массовой аудитории.

Отбор информации: подразумевает актуальное тематическое сочетание информации, достаточное количество маркеров рассматриваемой темы, наличие когерентных концептуальных областей в текстах и дискурсах, реализованных в макропропозиционной или в пропозиционной репрезентации.

Обработка информации: эвокативное моделирование медийного пространства осуществляется через одновременное создание общих по тематике (самый очевидный и простой случай) и общих по когерентным концептуальным областям текстов и дискурсов. Создание общих по тематике текстов с когнитивной точки зрения происходит по порождающему принципу, когда текст одной тематики порождает множество текстов соответствующей темы. Создание

общих по когерентным концептуальным областям медиатекстов происходит по кластерному принципу, когда концентрация текстов в медийном пространстве достигает определенного уровня, и сложное гипертекстуальное (по формальным техническим виртуальным гиперссылкам) и интертекстуальное (по семантике) пересечение нескольких категорий в содержании текстов образует кластерное единство текстов, которое в контексте охваченного реципиентом медийного пространства становится психологически более значимым, чем отдельные подкатегории, репрезентированные и акцентированные в отдельных медийных текстах, представленных в едином медийном пространстве. КСО базируется на подобном кластерном принципе, и в дальнейшем его можно обозначить медийным кластером информации.

Подача информации: репрезентация медийного сообщения пользователю происходит по различным жанровым шаблонам и медийным форматам. Что касается лингвокогнитивных механизмов передачи информации, то выделенные нами лингвокультурные компоненты МКС выполняют следующие коммуникативные задачи, позволяющие объединить ряд медиатекстов в единый информационный поток вне зависимости от величины медийной или виртуальной площадки:

1. Выбор точки отсчета во времени и пространстве вербализует информационные концепты в компонентах МКС «территория, исторический момент, политическая и экономическая ситуация».

2. Установление перспективы и способа видения окружающего мира в соответствии с интенциями коммуникантов затрагивает в компонентах МКС «этнос, культурно-исторические этнические и общенациональные ценности, идеология».

3. Сравнение и сопоставление полученной информации осуществляется за счет информационных концептов в компонентах МКС «политическая и экономическая ситуация, информационное пространство».

4. Фокусировка внимания реципиента происходит за счет использования концептов в компонентах МКС «информационное пространство, культурно-

исторические этнические и общенациональные ценности, идеология, политическая и экономическая ситуация».

5. Абстрагировать и схематизировать полученный опыт реципиенту позволяют также концепты в компонентах МКС «информационное пространство, идеология, творчество, ценности». В процессе обработки полученного опыта появляются новые концепты, которые расширяют и дополняют концептуальную картину мира реципиентов.

Таким образом, формирование целостной коллективной концептосферы или матрицы коллективного сознания, а также встраивание полученных вновь концептов в коллективную концептосферу, представленную информационным пространством происходит в процессе интенсивного обмена единицами знаний в медийном пространстве, сегментированном в соответствии с лингвистическими характеристиками: Интернет отражает матрицу коллективного сознания в информационном и коммуникативном аспекте, заданного различными факторами, языковыми и неязыковыми в том числе.

Выводы по главе 4

Свободное моделирование коммуникативной ситуации при создании медиадискурса согласно целям эвокатора обусловлено исключительно динамикой коммуникации, по завершении которой реципиенты благодаря успешному осознанию общих интенций эффективно встраивают концепты в свою концептуальную картину мира, не считая их предложенными, навязанными, что имеет место в рекламе, пропаганде каких-либо мировоззрений и идей. Эвокация делает видимыми имплицитные коммуникативные цели, придает им форму, дополняет содержанием. Осознание коммуникантами общих целей позволит считать их своими, предотвратит конфликт интенций, сгладит противоречия между объективно осознанной реальностью и картиной мира реципиентов. Эвокация также способствует переосмыслению и частичной перекодировке имеющейся картины мира, нейтрализации фреймовых переходов при сохранении

когерентного образа предмета. Таким образом, эвокативное моделирование в медиадискурсе – это конструирование в виде медиатекста информационной модели представлений коммуниканта об объектах и предметах реальной действительности. Изменяются ли в ходе коммуникации представления реципиентов относительно обсуждаемых вопросов, описываемых событий, зависит от представления о реципиентах, коммуникативной стратегии и тактики, а также от выбора и правильного применения эвокативных средств.

Вне зависимости от модели медийной коммуникации в создаваемых медиатекстах будут вербализовываться концепты, стабилизирующие концептуальную картину мира и разрушающие ее, соответственно стабилизирующие и деструктивные смысловые компоненты. На основании вышеизложенных положений мы разработали когерентный контент-срез, методологический инструмент для определения текущего эвокативного состояния отдельного медиаресурса на основании матричного анализа контента. Анализ контента осуществлялся по принципу рассмотрения информационного макроконцепта, сформулированного в заголовках материалов, на предмет наличия составных концептуальных частей, соответствующих компонентам матрицы коллективного сознания и типам информационных концептов. Подсчет частотности использования концептов одного матричного компонента, развивающего одну тему или вербализующего ряд концептов одного типа, характеризует коммуникативный процесс. Преобладание компонентов одного уровня, сочетания схожих по темам может свидетельствовать об актуализации тем, эвокативность которых может быть оценена при сравнении с актуальной новостной повесткой. Проявления редакционной и корпоративной политики будут отражаться в использовании определенного типа информационного концепта, если речь идет о виртуальном медиаресурсе, об индивидуальных предпочтениях в случае отдельного блога, дневника и личной странички.

Анализ источников по коннотативной специфике показывает, что положительные и отрицательные коннотации передаются концептами, которое сообщается им контекстом. Положительные коннотации передают

положительные эмоции, а могут и не обозначать: сведения с негативными коннотациями также не всегда противоречат логике и нарушают смысловую структуру МКС, иногда они служат средством ее подспудного укрепления. В ходе исследований проявился так называемый механизм коллективного самосохранения, свойственный любому человеческому обществу, и упоминание концептов, относящихся к концептуальной области этноса или сопутствующих этнических характеристик, не приводит к нарушениям и рассинхронизации матричных смысловых компонентов у реципиентов информации.

Необходимо отметить, что матрица коллективного сознания служит информационной средой для создания и порождения когерентных моделей реальности и квазиреальности, свидетельствует о потребности человека создавать индивидуальную картину мира, семантически сбалансированную, категоризованную и позволяющую систематизировать постоянно поступающий поток ощущений. В настоящее время благодаря техническим возможностям моментального и взаимосвязанного виртуального воплощения большого количества информации сфера духовной жизни визуализируется в условиях постоянного взаимодействия с другими реципиентами. В виртуальном пространстве коммуникант и реципиент ведут себя одинаково – воспринимают, навязывают или игнорируют информацию, те единицы знания, которые наиболее соответствуют комфортному им психическому состоянию и соответствующей их знаниям картине мира. Если образ события сформирован в медиадискурсе качественно, то реципиенту поступает новая информация. Если образ искусственный и в нем сознательно искажены какие-то смыслы, то, воспринимая его, реципиент дезинформируется благодаря амальгамным образам, накладывающимся на имеющиеся представления.

ГЛАВА 5. ЭВОКАТИВНЫЕ ФУНКЦИИ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ

В главе 5 отражены результаты кластерного анализа эвокативных воздействий согласно компонентам матрицы коллективного сознания в виде медийных кластеров текстов, репрезентирующих культурно-историческую общность, территорию, время, политическую и экономическую ситуацию в соответствии с их эвокативными функциями. Также представлены перспективы исследования компонентов творчества и информационного пространства как условий формирования смыслов, рассмотрены отдельные приемы эвокативных воздействий, наиболее характерные для современного Интернет-медиадискурса.

5.1. Кластерный анализ эвокативных функций медиатекстов

Вся совокупность медиатекстов, создаваемых и категоризируемых СМИ, порождает тематическое поле, формирующее концепты, соответствующие представленной в нем картине мира¹⁷¹. Картина мира авторов медиатекстов создает в виртуальном пространстве целые кластеры взаимосвязанных концептов, фреймов, сценариев и коннотаций, которые решают конкретные коммуникативные задачи в рамках медиадискурса. Каждый кластер решает свою собственную задачу, которая определяется спецификой затронутых концептуальных областей в соответствии с интенцией автора, формирующей функцию медиатекста. На основании вышеизложенных соображений мы провели кластерный анализ медиатекстов на предмет эвокативного воздействия и реализуемых коммуникативных функций через соотнесение типов информационных концептов с матричными смысловыми компонентами.

Вербализация информационных концептов происходит в выделенных лингвокультурных концептуальных областях, представленных в МКС.

¹⁷¹ Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. 278 с. ; Землянова Л.М. Журналистика и коммуникативистика. 187 с. ; Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. 240 с.

Пересечение концептуальных областей с чистыми информационными концептами актуализует медийный кластер текстов, выполняющий определенную эвокативную функцию, которая соотнобразуется с репрезентативной функцией текста. Медийный кластер текстов (МКТ) в ракурсе виртуального пространства образует сочетание текстов, предоставляющих информационный базис для порождения коммуникации в рамках медийного пространства. В рамках кластера создаются и распространяются тексты, репрезентирующие в различных, часто не схожих интерпретациях одни и те же темы, которые актуальны в медиадискурсе на момент появления сообщений.

Границы МКТ обозначены наличием текстов и дискурсов в различных сегментах виртуально-медийного пространства, объединенных одной темой или рематической фактической информацией. Формирование МКТ в единое целое происходит при использовании в текстах и порожденных ими дискурсах на заданную тему. В матрице коллективного сознания МКТ образуют отдельную ячейку в зависимости от тематических и рематических концептов, соответствующих концептуальной области компонентов МКС.

В таблице 9 рассмотрим виртуальный медиадискурс в компонентах матрицы коллективного сознания и соотнесении типов чистых информационных концептов (ЧИК) с матричными смысловыми компонентами и информационными концептами:

Таблица 9. Эвокативные функции медиатекстов

ЧИК МСК	Ядерные тематические ИК	Ядерные рематические ИК	Верификационные ИК	Периферийные ИК	Гипертекстовые тематические ИК	Гипертекстовые рематические ИК
Этнос (культурно- историчес- кая общность)	1. МКТ с национальным контекстом, когда любые события представлены в национальном ракурсе	2. МКТ событийный ряд из жизни одного этноса	3. МКТ национальный идеологический МКТ, в котором тексты содержат верификацию с опытом народа	4. МКТ контекст или информационный фон во всех релевантных текстах	5. МКТ гипертекстовый национальный дискурс в медиапространстве	6. МКТ текстов, содержащих событийный ряд из жизни одного этноса
Территория (пространст- венный компонент)	7. МКТ с территориально обусловленным контекстом, туристический дискурс	8. МКТ событийного ряда на определенной территории	9. МКТ международной аналитики: геотактическая аналитика	10. МКТ с территориальными детальми в контексте	11. Гипертекстовый КСО пропаганды, дискурс военных действий, геополитическая аналитика	12. Гипертекстовый МКТ с событийным рядом, дискурс обозначения развития событий – геостратегическая аналитика
Историчес- кий момент (временной компонент)	13. МКТ текстов широкой исторической тематики	14. МКТ исторически значимых событий современности, открытий	15. МКТ текстов современной эпохи	16. МКТ с историческими детальми в контексте	17. Гипертекстовый КСО, дискурс определенной исторической эпохи	18. МКТ соотнесения событий с историческими условиями
Политичес- кая и экономи- ческая ситуация (уровень развития общества)	19. МКТ текстов политической и экономической тематики	20. МКТ новостей	21. МКТ текстов политической и экономической аналитики	22. МКТ с отдельными сведениями о политической и экономической ситуации в контексте	23. Новостной дискурс	24. КСО новостей в медиадискурсе

Творчество (искусство, литература, виртуальное пространство)	25. МКТ текстов творческой тематики	26. МКТ новостей творческой тематики	27. МКТ обзорных и критических статей	28. МКТ с сведениями о творчестве в контексте	29. КСО метатворческого дискурса	30. МКТ новостей из творческой сферы
Информационное пространство (компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности)	31. МКТ метатекстов об информационном пространстве	32. МКТ новостных метатекстов	33. КСО ценностного дискурса	34. МКТ текстов с наименьшей зависимостью от информационной среды	35. КСО виртуального медиадискурса	36. МКТ метановостей информационного пространства

5.1.1. Кластеры 1–6: этнос (культурно-историческая общность)

Ядерные тематические концепты со значением «этнос» указывают на отдельные характеристики того или иного этноса, век его исторического развития, традиций и обычаев, современной жизни, быта, достижений и трудностей.

Все концепты, относящиеся к перечисленным сферам, часто встречаются в тексте и образуют контекст, в который помещается сообщение или новостные данные. Например, в статье «The Independent» «Now Russia and Ukraine are at war over the ownership of St Vladimir the Great» (Сегодня Россия и Украина воюют за наследие Св. Владимира Великого). В указанной статье концепт «war» (война) погружен в контекст, раскрывающий противостояние двух сторон в контексте этническо-религиозном. Россия и Украина являются православными странами, религиозная принадлежность – это одна из этнических черт, поэтому нагнетание обстановки часто достигается за счет актуализации концептов с противопоставлением по вероисповеданию.

В лиде (первом абзаце статьи) вербализуются исторические этнические концепты: «A **millennium ago**, grand prince **Vladimir of Kiev** cast a civilisational fault line across Eastern Europe – one that divided the states of **Russia, Belarus** and **Ukraine** from the rest of the continent. Vladimir's decision to ditch a pantheon of bloodthirsty pagan gods for **eastern Christian Orthodoxy** was meant to unite the peoples of **Kievan Rus**, a territory along the waterways between the Baltic and Black seas» (Тысячелетие назад, великий князь Киевский Владимир проложил линию цивилизационного разлома в Восточной Европе, отделив тем самым государства **России, Белоруссии и Украины** от остального континента. Решение Владимира уничтожить целый пантеон кровожадных языческих богов при принятии восточного православия должно было объединить народы **Киевской Руси**, проживающие вдоль рек от Балтийского моря до Черного).

Предметом нашего анализа не является уровень исторической осведомленности автора статьи, для которого страны России, Белоруссии и

Украины существовали тысячелетие назад, но подобные фальсификации исторических данных свидетельствуют о намеренном искажении в пользу современного территориального деления стран для не критичного восприятия основного концепта о войне России и Украины. Этнические тематические концепты представлены здесь топонимами и историческими этническими реалиями – именем исторического персонажа и религиозными концептами.¹⁷²

Точно такой же подход к репрезентации этнических тематических концептов можно наблюдать в статье электронного издания «russland.ru» «Korruption in der Ukraine» (Коррупция на Украине). Здесь экономические данные по Украине репрезентируются в связи с недавним прошлым Украины: «Die Ukraine war bereits vor dem aktuellen gewaltsamen Konflikt das einzige Land des **postsowjetischen Raums** mit einem niedrigeren **Pro-Kopf-Einkommen** als 1991» (До сегодняшнего кровавого конфликта Украина была единственной страной постсоветского пространства, где доход на душу населения был самым низким с 1991 года). Однако цель автора статьи как можно тщательней проанализировать экономическую ситуацию и показать реципиенту реальную картину коррупции на Украине¹⁷³. Попытки использования этнического исторического контекста встречаются также и в блогах, являющихся свободными публикациями, не зависящими от редакционной политики изданий. Так французский блог Рауля Оливера на сайте «Mediapart» озвучивает мнение об исторической подоплеке достижения неких политических целей, против которых протестуют профессиональные историки: «110 historiens russes contre les lois mémorielles». В данном случае тематические этнические концепты используются для акцентуации политических «преследований» отдельных политических деятелей: «En une année d'existence l'association a pris plusieurs fois position contre des décisions des pouvoirs publics, en particulier en défendant le professeur du MGIMO Andreï Zubov, licencié pour avoir critiqué le cours pris par le pouvoir russe à l'égard de l'Ukraine, et le membre de l'Académie des Sciences Youri Pivovarov accusé de négligence à l'occasion

¹⁷² URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/now-russia-and-ukraine-are-at-war-over-the-ownership-of-st-vladimir-the-great-10335267.html>.

¹⁷³ URL: <http://www.russland.ru/korruption-in-der-ukraine>.

de l'incendie de la bibliothèque de L'Institut des Sciences Sociales qu'il dirigeait» (За год своего существования ассоциация неоднократно выступала против решения государственных органов: в частности, в защиту профессора МГИМО Андрея Зубова, уволенного за критику курса, взятого российскими властями в связи с событиями на Украине, и академика РАН Юрия Пивоварова, которого обвинили в халатности из-за пожара в библиотеке ИНИОН РАН, которую он возглавлял).¹⁷⁴

Кластер 2. Ядерные тематические информационные концепты используются при формировании новостного мейнстрима из жизни одного народа. Подобные информационные потоки характерны для национальных общностей, которые представляют свою страну на официальных международных мероприятиях или общину, край, республику, находящуюся в составе федеративного государства. Медийная репрезентация этноса объединяет сообщения о событиях из современной жизни представителей этнокультурной общности. Чаще всего это отчеты официальных лиц, блоги представителей этноса, которые описывают происходящее с ними, свою повседневную жизнь или официальные мероприятия.

Ярким примером создания информационного потока (мейнстрима) с этническими смысловыми компонентами являются новости о жизни британской королевской семьи. Концептуальная область, продуцирующая концепты для создания новостей о королевской семье Великобритании, является этнически обусловленной, поскольку принадлежит к значимым для британцев символам их культуры, страны, нации. Информационными поводами, формирующими потоки подобного типа, являются торжественные мероприятия, официальные встречи, трагические случаи с британскими гражданами, значимые для всех британцев события в культурной, политической и экономической жизни Великобритании.

Например, заметка в электронном издании "International business times" «Tunisia hotel attack: Queen Elizabeth offers condolences, as officials warn up to 30 Britons may have died» сообщает о теракте в Тунисе и соболезнованиях

¹⁷⁴ URL: <http://blogs.mediapart.fr/blog/raoul-olivier/280615/110-historiens-russes-contre-les-lois-memorielles>.

британской королевы семьям погибших британских граждан и граждан других государств. Заметки светской хроники могут предоставить информацию о жизни британских монархов, но трагедия в Тунисе напрямую касается британцев и значима для всего общества. Выражая соболезнования, королевская семья выражает также и солидарность с британцами, создавая когерентный образ британского общества, сопереживающего своим согражданам. Когерентные смысловые связи в тексте заметки подчеркивают клише *offer condolences to, be shocked, Our thoughts and prayers are with, be affected by, terrible event, Flags are to be flown, the British victims, the confirmed dead, the Foreign Office helpline*. Среди названных стандартных выражений можно выделить когерентизирующие этнослексемы: имена членов королевской семьи, знакомые каждому британцу благодаря светской хронике в новостях, значимые исторические даты и праздники, на которых они присутствуют, а также клишированные сообщения, благодаря которой возникает эффект узнавания и создаются положительные коннотации ощущения принадлежности к британскому обществу¹⁷⁵.

Следующий пример взят из нидерландского сегмента Интернета. В заметке сообщается об очередной конференции (заседании) Бильдербергского клуба, неофициальной организации, предоставляющей возможность западной политической, экономической, правительственной и медийной элите собираться для обсуждения текущего положения дел в мире.

В данной статье «Drie Belgen op geheime Bilderberg-conferentie» электронного издания «Demorgen.be» объясняется участие в светском мероприятии дочери основателя клуба – принцессы Беатрикс: «Nederlanders. Zoals elk jaar zijn er meer Nederlanders dan Belgen uitgenodigd. Naast politici Mark Rutte en Jeroen Dijsselbloem zullen ook voorzitter Klaas Knot van de Nederlandsche Bank, de wetenschappers Louise Fresco (universiteit van Wageningen) en Victor Halberstadt (universiteit van Leiden), ondernemer Ben van Beurden (Royal Shell) en prinses Beatrix present zijn» (Нидерланды. Каждый год в числе приглашенных

¹⁷⁵ URL: <http://www.ibtimes.co.uk/tunisia-hotel-attack-queen-elizabeth-offers-condolences-officials-warn-30-britons-may-have-1508338>.

оказывается больше голландцев, чем бельгийцев. Кроме политиков Марка Рютте и Йеруна Диссельблума придет президент банка ДНБ (Де Недерландсе) Клаас Кнот, ученые Луиза Фреско (Вагенингенский университет) и Виктор Хальберштадт (Лейденский университет), предприниматель Бен ван Бойдрен (Шелл) и принцесса Беатрикс)¹⁷⁶.

Бильдербергский клуб объединяет влиятельных людей из различных стран мира, в основном западных, которые желают обсудить актуальные вопросы в приватной обстановке. Безусловно, решения, принятые в ходе или под влиянием таких встреч, имеют важное значение для решения актуальных политических и экономических проблем, однако окончательные решения все же принимаются на уровне правительств присутствующих держав. Знаковым является и сам факт проведения конференции, представляющий собой особое медийное мероприятие, относительно которого многие аналитические центры и отдельные эксперты выстраивают свои прогнозы на ближайшее развитие событий. Упоминание принцессы Беатрикс в качестве полноправной гостьи на очередной конференции клуба призвано показать значимость Нидерландов при решении вопросов международного масштаба. Если сравнивать два приведенных примера, то английская заметка реализует интенцию авторов на появление у целевой аудитории чувства солидарности с семьями погибших при теракте в Тунисе, то есть сопереживание внутреннего единения британской нации перед лицом трагедии, коснувшейся непосредственно британских граждан. Голландская заметка также относится к жанру светской хроники, однако подчеркивает участие голландцев в принятии решений международного уровня, и целевая аудитория издания относится скорее к широким читательским массам, поэтому формат сообщения содержит лишь необходимый минимум информации.

В целом ядерные рематические этнические информационные концепты формируют самоосознание принадлежности к определенному этносу через отождествление с значимыми событиями, вызывающими положительные

¹⁷⁶ URL: <http://www.demorgen.be/buitenland/drie-belgen-op-geheime-bilderberg-conferentie-a2353981>.

коннотации. Реализация авторских интенций в отношении целевой аудитории, **чувствующей сопричастность к происходящему через этническую принадлежность**, в новостном информационном потоке может осуществляться через ядерные рематические концепты в ткани текста и дискурса, сообщающих о событиях, подобным приведенным выше примерам.

Необходимо отметить, что рематические концепты относятся к вновь сообщаемой информации. В то же время в контексте сообщения должны присутствовать фоновые тематические концепты, обозначающие этнос, чаще всего это этнонимы – прямое название «британцы, голландцы», легко идентифицируемые целевой аудиторией исторические события и так далее.

Специфика кластера этнических рематических концептов приобретает особую значимость при массовом распространении информации об этническом терроризме. В подобном ракурсе большое значение приобретает конфессиональная принадлежность акторов упомянутых событий. Метрический анализ медийных сегментов Интернета с помощью Google-метрики представлен в таблице 10:

Таблица 10. Метрический анализ медийных сегментов Интернета

Медийные сегменты	США	Велико– британия	Нидерланды	Норвегия	Россия
Исламистский терроризм	Islamic terrorism – более 1 720 000	1 290 000	Islamic terrorism – 1 380 000 Terrorisme – 148 000	Islamic terrorism – 1 380 000 Terrorisme – 149 000	Исламистский терроризм – 91 300

Результаты, представленные в таблице, показывают наличие материалов в соответствующих медийных сегментах Интернета. Можно сделать вывод, что чаще всего исламистский терроризм освещается в американских и английских электронных СМИ. Цифры по медиапространству Нидерландов и Норвегии

свидетельствуют о гораздо меньшем количестве материалов в СМИ, посвященных этой теме и хотя бы использующих данный концепт в виде метафоры.

В российском медийном сегменте используется словосочетание «исламистский терроризм», который является политологическим и этнологическим термином, его значение несколько отличается от «islamic terrorism», точным переводом которого было бы «исламский терроризм». В русском языке нет понятия исламского терроризма, то есть терроризма людей, исповедующих ислам, но есть исламистский, то есть терроризм, использующий ислам для прикрытия террора.

Рематические смысловые конструкции, созданные с концептом «исламистский терроризм» и «islamic terrorism», становятся ядерными, то есть весьма значимыми в медийном дискурсе, поскольку сообщают новые данные о террористических актах. Учитывая прямое отношение конфессиональной принадлежности к критериям этнической идентификации, можно сказать, что данный пример показателен для рематического модифицирования медийного пространства.

Необходимо отметить также, что большое количество этнических рематических концептов на сайте электронного издания свидетельствует о репрезентации информации, меняющей привычное представление об этносе. Такие концепты могут менять привычную картину мира одного этноса, знания о них в зависимости от негативных или положительных коннотаций.

Кластер 3. Этнические информационные концепты формируют национальный идеологический медийный кластер текстов, в котором репрезентируются верификационные концепты, отсылающие реципиента к опыту этноса. Важнейшей составляющей являются верификационные концепты с историческим опытом этноса, традициями и обычаями, а также с современным сообщению состоянием народа. В предыдущих главах мы подробно останавливались на рассмотрении идеологии и идеологом – признанных общечеловеческих, культурных, этнических ценностей, разделяемых

большинством в обществе. В данном кластере МКС этнические концепты относятся к тематическим, а, значит, присутствуют в контексте сообщения. В отличие от рематических концептов тематические содержат знания об этносах, устоявшихся в социальном и информационном пространстве. Знания могут быть с негативными и положительными коннотациями. Если происходит насыщение кластера соответствующим типом информационных концептов, через определенное время у реципиентов текстов может измениться представление об этносе согласно коннотациям.

В американском медийном сегменте с концептом «national», который относится к американскому институциональному дискурсу, связаны концепты названий спортивных ассоциаций (national basketball association, national hockey league), с праздниками (national day of prayer, national day of reason), с высшими учебными заведениями (national american university) и так далее. Перечисленные концепты можно отнести к верифицирующим с государственной, образовательной и спортивной сферами жизни американцев, которые отражаются в медийном пространстве.

Кластер 4. Концепты компонента МКС «этнос» используются для создания идеологического контекста и информационного фона в текстах и дискурсах, касающихся государственной тематики. Показательным в плане вербализации концептов в рефлексивном аспекте являются аналитические доклады, в которых помимо геополитической терминологии присутствуют художественные средства публицистического дискурса, не являющиеся информативными концептами, но служащими для создания необходимого информационного фона при передаче сообщения. Контекст и фон предполагают нахождение этнических концептов на семантической периферии текста, чтобы мотивировать реципиента к восприятию информации, не касающейся непосредственно его, а всего общества. Например, доклад аналитического агентства Stratfor уже в заголовке содержит эпитет в сочетании с США: «The Geopolitics of the United States, Part 1: The Inevitable

Empire» (Геополитика Соединенных Штатов Америки, часть 1: Империя неизбежна)¹⁷⁷.

В тексте имеется множество американских топонимов: North and South America, The Greater Mississippi Basin, The American Midwest, The U.S. Atlantic Coast, The Rocky Mountains, the Missouri, Arkansas, Red, Ohio, Tennessee and, of course, the Mississippi и так далее. В докладе рассказывается о географических преимуществах США, сравниваются возможности соседних стран. В тексте также встречаются сравнения и эпитеты, например, Canada's geographic weaknesses, the Canadian/British sacking of Washington, american dominance, события и имена из истории Соединенных Штатов: the Texas Revolution of 1835-1836, Mexican dictator Gen. Antonio Lopez de Santa Anna, the Monroe Doctrine in 1823, the Alaska Territory from Russia, Global history from 1500 to 1945, The formation of NATO in 1949, Bretton Woods, World War II or the Iraq War, the 9/11 attacks и так далее.

В докладах аналитических агентств встречается также формулировка стратегических принципов США, например, в отношении неевропейских стран (non-European states): «The second broad strategy for keeping Eurasia divided is direct intervention via the United States' expeditionary military» (Вторая стратегия для сохранения Евразии разделенной заключается в прямой интервенции экспедиционных войск Соединенных Штатов). Формулировка стратегий в докладе отличается постановкой Соединенных Штатов в качестве субъекта, действующего в отношении других государств согласно своим интересам: «The strategy of using its allies as bulwarks has granted the United States such success that post-Cold War Washington has been able to reduce the possibility of regional hegemons emerging. Examples include the backing of the Kosovar Albanians and Bosniacs against Serbia in the 1990s Yugoslav wars and Operation Desert Storm in 1991. Ongoing efforts to hamstring Russia – Ukraine's 2004-2005 Orange Revolution, for example – should also be viewed in this light» (Стратегия США по использованию своих союзников в качестве опоры была успешна, и после окончания холодной войны Вашингтон был способен сдерживать возникновение региональных

¹⁷⁷ URL: <https://www.stratfor.com/analysis/geopolitics-united-states-part-1-inevitable-empire>.

гегемонов. Примерами этой стратегии являются поддержка косовских албанцев и боснийцев против Сербии в 1990-х годах во время югославских войн и проведение операции «Буря в пустыне» в 1991 году. Постоянные попытки США усложнить отношения между Россией/Украиной в 2004-2005 годах через организацию «оранжевой революции» должны также рассматриваться в свете этих событий).

При рассмотрении стратегических формулировок в данном докладе можно отметить оппозиционный характер использования тематических концептов. Этнический контекстуальный аспект проявляется эксплицитно – через использование названных выше концептов, и имплицитно – через общую мысль и тематику текста. Необходимо также учесть то обстоятельство, что американская нация существенно отличается от привычного понимания этноса, поскольку включает представителей нескольких рас и народностей. Поэтому использование этнических тематических концептов в контексте при общенациональной американской тематике текстов и дискурсов возможно лишь имплицитно. Однако идеологический аспект будет воплощаться как раз в использовании общенациональной тематики, поскольку отсыл к общегосударственным реалиям, к истории США отвечает условию создания неявных идеологем через использование общенациональных концептов.

Кластер 5. Этнические гипертекстовые концепты в медийном пространстве служат связующими компонентами между целым пластом текстов и дискурсов, раскрывающих схожие темы. Тексты могут быть связаны прямыми гипертекстовыми Интернет-ссылками, позволяющими находить подобные тематики на других страницах Интернета, а могут и не отсылать к ним технически, но образовывать гипертекст через этнонимы (этнические культурные концепты, концепты этнического самосознания, территориальной/государственной принадлежности этноса).

Существенным отличием современных идеологических систем является концентрация идеологической информации не в прецедентных идеологических текстах, как это было ранее в советской системе, когда изучались

рекомендованные труды классиков марксизма-ленинизма, но в отдельных концептах, государственных символах, знаках. Иными словами, если раньше в многих официальных документах обязательным было наличие цитаты из упомянутых трудов, то сегодня приверженность государству и народу обозначается эксплицитно через использование символов, знаков, отдельных этнических концептов в дискурсе.

Таким образом, современные идеологические системы представляют собой взаимосвязанный набор этнически обусловленных информационных концептов. В рассматриваемом выше тексте таковыми являются: заголовок текста «The Geopolitics of the United States, Part 1: The Inevitable Empire», топонимы и гидронимы «The Greater Mississippi Basin together with the Intracoastal Waterway», этнонимы «American Identity», историческая лексика «the American Civil War», часто упоминаемые макротопонимы и этнонимы: во второй части присутствуют 142 макроэтнонима с корнем «American», из которых 94 – производные макротопонимы, и 48 – макроэтноним «американцы». Общим для указанных концептов является этническая, культурная и социальная соотнесенность, а также тематическая передача уже известной информации и создание гипертекстовых аллюзивных связей.

Кластер 6. Этнические рематические концепты сообщают о событиях из жизни отдельного этноса, государства, происходящих синхронно с временем создания дискурса. Временной промежуток описываемых событий когерентен, имеет хронологическую последовательность и освещает значимое событие в существовании этноса. Это может быть политическое или экономическое событие, растянутое во времени, анализ которого может разрешить значимую для данного этноса проблему, задачу, ситуацию. Аналитический очерк Stratfor о войне в Сирии «Syria: A Chronology of How the Civil War May End» (Сирия: хронология событий, ведущих к возможному завершению гражданской войны) представляет образец написания подобного типа аналитических статей¹⁷⁸.

¹⁷⁸ URL: <https://www.stratfor.com/analysis/syria-chronology-how-civil-war-may-end>.

В заголовке обозначена проблематика текста (Сирия, гражданская война) и способ рассмотрения (хронология). Текст разделен на части, каждая из которых освещает ретроспективную последовательность происходящего в Сирии в соотнесении с позициями разных стран, втянутых в означенный конфликт, и датами. Первые два абзаца относятся к 2015 году, последующие пять – к 2012, и последний хронологический абзац – к 2011 году. Пояснение редактора выполняет функцию «лида», обозначающего проблему: «The conflict in Syria is entering a critical phase. Turkey has at long last entered the fight, conducting airstrikes against Islamic State targets in Syria – and capitalizing on the opportunity to attack Kurdistan Workers' Party militants in northern Iraq» (Конфликт в Сирии входит в критическую фазу. Турция, наконец, вступила в бой: наносит воздушные удары по позициям боевиков ИГИЛ в Сирии и, преследуя собственные интересы, рассчитывает возможность нанесения ударов по боевикам Курдистанской рабочей партии на севере Ирака). Последующая ретроспективная хронология событий связана скорее с позициями стран: Stratfor's Third-Quarter Forecast 2015 (Доклад агентства Стратфор за третий квартал 2015 года), Considering a Post-Al Assad Syria June 12, 2015 (Рассматривая ситуацию в Сирии после Асада, 12 июня 2015), Russia's Search for Leverage in the Syrian Crisis, Dec. 12, 2012 (Россия ищет рычаги влияния в сирийском кризисе, 12 декабря 2012), Turkey's Challenge and the Syrian Negotiation, Oct. 16, 2012 (Вызов Турции и переговоры с Сирией, 16 октября 2012 года), Considering a Palace Coup in Syria, Aug. 7, 2012 (Учет «дворцового» переворота в Сирии, 7 августа 2012), Russia Changes Its Position on Syria, July 20, 2012 (Россия меняет свою позицию по Сирии, 20 июля 2012 года), Syria: Regime Unity Amid Defections, June 29, 2012 (Сирия: единство режима на фоне дезертирства, 29 июня 2012), Making Sense of the Syrian Crisis, May 5, 2011 (Поиск смысла в сирийском кризисе, 5 мая 2011 года). Все перечисленные абзацы одного текста представляют собой гиперссылки на другие аналитические статьи в виде заголовка и первого абзаца с комментарием редактора о происходящем в Сирии. Это подборка аналитических статей агентства Стратфор разных лет по одной тематике, составлена так, чтобы получился связный когерентный текст. Все затронутые

события вербализованы рематическими концептами, сообщающими о недавних событиях в Сирии, где идет гражданская война – протяженное и незавершенное действие, исторический период в жизни сирийцев.

Гипертекстовая форма сообщения очень удобна при наличии больших объемов информации для краткого перспективного и ретроспективного анализа геополитических событий и предоставления аналитических выводов массовой аудитории. Необходимо отметить также, что чрезмерное акцентирование при этом желаемых автором гипертекста выводов прослеживается как в когерентном тексте, так и в его составляющих гипертекстах. Выводы, не связанные по смыслу с текстом, фактами, приведенными в текстах, могут свидетельствовать о наличии идеологических концептов.

5.1.2. Кластеры 7–12: территория (пространственный компонент)

Пространственный смысловой компонент особо значим в медиадискурсе, поскольку ориентирует текст в реальном пространстве относительно общепринятых ориентиров и топонимов. Также внутренняя семантика имеет свое территориальное измерение и соответственно располагает смысловые компоненты текста относительно друг друга или обозначает место в реальности, где происходит событие.

Кластер 7. Территориальные тематические концепты в смысловом ядре дискурса свойственны туристической тематике, а также речевым произведениям с территориально обусловленным контекстом. Смысловое ядро текста раскрывает основную тему, рассказывая о географическом положении, погодных условиях, условиях проживания и возможностях отдыха и так далее: текст в основном посвящен территориальной тематике.

Концепты, вербализующие знания о территории (далее территориальные концепты), также могут иметь важное значение (и тем самым соответствовать смысловому ядру) для понимания текста и реализации авторской интенции, но

находиться в контексте сообщения. Контекст создает необходимые условия для восприятия получаемого сообщения реципиентами. Примером таких условий служит аналитическая статья Jamestown Foundation «Elections in Ukraine's Secessionist Territory: A Topic of International Negotiation (Part One)» (Выборы на сепаратистских территориях Украины: предмет международных переговоров (часть первая)).¹⁷⁹ Территориальный аспект освещения тематики заявлен уже в заголовке и выполняет несколько функций: во-первых, обозначает статус – Secessionist (сепаратистские) – и принадлежность названных территорий – Ukraine's (украинские). Таким образом, с заголовка реципиент подготавливается к восприятию освещаемых событий на данных территориях: благодаря характеристике территорий само событие Elections (выборы) – рассматривается в негативном аспекте, поскольку подчеркивается незаконность происходящего на якобы сепаратистски отторгнутых территориях, принадлежащих Украине.

В дальнейшем всячески подчеркивается территориальная принадлежность, и соответственно распределяются логические акценты. Например, в одном предложении встречается несколько территориальных концептов: «Ukraine is scheduled to hold local elections throughout the country (except the Russian-occupied territories) on October 25 – the first such elections since the advent of a Western-oriented Ukrainian government» (Украина собирается провести региональные выборы по всей стране (за исключением территорий, оккупированных Россией) 25 октября – первые выборы подобного уровня после прихода к власти правительства, ориентированного на Запад). Территориальные концепты в рассматриваемом предложении – Ukraine, local, throughout the country, Russian-occupied territories, Western-oriented, Ukrainian government. Всего в тексте насчитывается 72 территориальных концепта, которые распределяются на макротопонимы (Ukraine, Russia) и микротопонимы (Moscow, Berlin, Paris and, Washington, however, Kyiv), политонимы (Ukrainian), соционимы (“people's republics”), топонимические буквенные аббревиатуры (“DPR, LPR”).

¹⁷⁹ URL: http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=44237&tx_ttnews%5BbackPid%5D=7&cHash=b00276b3b44952d29052bb52be6d4c77#.Vb-FtlnFzsd.

Кластер 8. Использование территориальной лексики в жанре аналитических статей неизбежно, поскольку иначе невозможно полно изложить мысль и реализовать авторские интенции. В отличие от художественного вымысла, где территории и события могут не вполне, совсем не соответствовать действительности, жанр аналитических статей использует территориальные концепты с целью достоверного обозначения территорий и происходящих на них событий, а также с прогностической целью. Именно территориальные рематические концепты в смысловом ядре текста свидетельствуют о намерении сделать прогноз относительно развития событий на территории. В дискурсе выстраивается событийный ряд на определенной территории, составленный из событий, произошедших недавно, происходящих в настоящем и имеющих решающее значение для данной территории.

В статье «A Tactical Assessment of the Islamic State's Bombing Operations»¹⁸⁰ анализируется теракт в одном из городов ближе к северо-восточной границе Ирака. Иракцы готовились к семейным торжествам, поэтому бомба была заложена на рынке, где вероятно наибольшее количество жертв. Далее следует рассмотрение структуры исламистских государств, в котором подчеркивается некая разновидность иерархичности и сходство с аль-Каидой, сообщается о наличии филиалов в других странах: Libya, Egypt's Sinai Peninsula, Nigeria, Saudi Arabia, Yemen and Afghanistan. В данном случае топонимы, политонимы, соционимы и конфессионимы используются для обозначения типа государства, связей с другими территориями, названия и самоназвания участников террористических организаций: «For example, in 2006 al Qaeda announced that a remnant of the Egyptian militant group Gamaah al-Islamiyah was becoming a franchise group in Egypt» (Например, в 2006 году Аль-Каида сообщила, что остатки египетской вооруженной группировки Аль-Гамаа-аль-Исламийя (Исламский джамаат) стали ее филиалом в Египте). В предложении присутствуют макротопоним Egypt, соционим al Qaeda и конфессионим в названии террористической организации Gamaah al-Islamiyah. Исламистским

¹⁸⁰ URL: <https://www.stratfor.com/weekly/tactical-assessment-islamic-states-bombing-operations>.

террористическим организациям свойственно называть свои объединения с использованием соционимов-конфессионимов, это довольно распространенная практика, поэтому ожидания реципиента связаны именно с ними, и информация вычленяется из информационного потока при упоминании подобных псевдоконфессионимов.

В данном примере автор сначала обращается к недавно произошедшему трагическому событию, встраивает характеристику в общее понятие исламистского государства, потом обращается к возможным последствиям образования подобного рода государств: «Bombings at the franchise level have been neither as widespread nor as effective. For example, Wilayat Najd, the Saudi Islamic State franchise, began a bombing campaign directed against Shiite mosques in May. The first attack targeted a mosque in al-Qadeeh on May 20. It caught the Shiites off guard, and the bomber was able to enter the mosque before detonating his device, killing 21. The Shiites responded by making preparations for the following week, and security guards outside a mosque in Dammam were able to keep a bomber outside» (Взрывы бомб членами филиалов террористических организаций не являются привычным и эффективным делом. Например, Вилаят Наджад, филиал саудовской исламистской организации, начала серию терактов против мусульман-шиитов в мае. Первая атака Аль-Каиды была осуществлена 20 мая в шиитской мечети деревни Эль-Кадих. Она застала шиитов врасплох, смертник смог войти в мечеть и взорвать бомбу, погиб двадцать один человек. На следующей неделе шииты были готовы: охрана у мечети в Даммаме смогла задержать террориста на подходе к зданию). Прогнозирование трагических событий в будущем делается на основании анализа действий террористических групп, способа подрыва бомбы и нахождения средств на террористические акты: «Constructing and deploying a vehicle bomb requires a great amount of resources, and a terrorism planner would want to maximize the return on the investment» (Сборка и установка бомбы в автомобиле требует больших затрат, а террористы хотят получить максимальный возврат вложенных средств). В конце статьи на основании изученных терактов делается вывод и прогнозируется развитие ситуации: «It is possible that Wilayat Sanaa and

Wilayat Najd operational planners will receive outside training and assistance or will be able to improve their terrorism tradecraft through trial and error. If they receive training, we would expect to see a dramatic operational leap in capability; if they learn through trial and error, we might see a steady learning curve if the group is able to learn from past mistakes and then improve its operations accordingly» (Возможно, те, кто планировал операции в Вилаят Санаа и Вилаят Наджаде будут обучаться у кого-то, получат поддержку извне или смогут усовершенствовать свою террористическую деятельность путем проб и ошибок. Если их будут учить, мы увидим значительный рост эффективности проводимых ими операций. Если они будут учиться методом проб и ошибок, то постепенно приобретут необходимые навыки, учитывая ошибки предыдущих операций и корректируя свои действия).

Кластер 9. Концепты, репрезентирующие опыт и вербализующие знания о территории, чаще всего используются в текстах и дискурсах геостратегической аналитики после проверки и перепроверки поступивших данных о событиях, происходящих в интересующем авторов регионе, в нескольких регионах мира. Верификация заключается в подтверждении заявленных политических или экономических стратегий территориальными, экономическими, политическими возможностями страны, государства, относительно которой заявляются данные стратегии.

В аналитическом докладе «Jamestown Foundation», посвященном анализу китайской экономической стратегии «One Belt One Road» (Один путь, одна дорога), рассматриваются различные аспекты ее реализации. Данная экономическая стратегия заключается в компенсации замедления экономического развития Китая через усиление потока товаров по Шелковому пути в соседние страны и Европу: «Europe, however, has a special place within the strategy. Europe features as the end point for both OBOR's sea (Belt) and land (Road) routes as the ultimate market for Chinese goods» (Европа, однако, занимает особое место в

стратегии. Европа предстает в качестве крупного рынка сбыта китайских товаров, поставляемых по водному и сухопутному маршрутам).¹⁸¹

Верификация экономической стратегии происходит по двум аспектам: экономическому и территориальному. В данном кластере речь идет о концептах, вербализующих знания о территории и верифицирующих их, хотя для верификации экономических стратегий больше подходят экономические показатели. Однако необходимо отметить, что на стадии декларации стратегий стран мировому сообществу верификационными для аналитики могут быть различные типы концептов. В названии официального доклада указывается перспектива развития экономического проекта от Великого Шелкового сухопутного пути и создании современного морского Шелкового пути 21 века: «Vision and Actions on Jointly Building Silk Road Economic Belt and 21st-Century Maritime Silk Road.” Issued by the National Development and Reform Commission, Ministry of Foreign Affairs and Ministry of Commerce of the People's Republic of China, with State Council authorization (Xinhua, March 28)» («Перспективы и действия по совместному созданию сухопутного Великого Шелкового пути и Морского Шелкового пути 21 столетия». Доклад Комиссии по национальному развитию и реформам, Министерство иностранных дел и Министерство экономики КНР, утвержденный Государственным Советом. Синьхуа, 28 марта). Верификационными территориальными концептами здесь являются Silk Road Economic Belt и 21st-Century Maritime Silk Road.

Кластер 10. Некоторые концепты вербализуются на смысловой периферии дискурса, репрезентируют знания о территории и служат для создания фоновой информации, ориентирующей реципиентов относительно репрезентируемых в смысловом ядре предметов, субъектов и явлений. Смысловое ядро текста может репрезентировать что-то, непосредственно связанное с территориальным расположением, но более важное в сообщении, чем территория. Чаще всего это

¹⁸¹ URL: http://www.jamestown.org/regions/chinaasiapacific/single/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=44235&tx_ttnews%5BbackPid%5D=664&cHash=0f996bb31e04183238c9bf63fa246901#.VcHtplnFzsc.

новостные заметки об отношениях между странами, где макротопонимы лишь обозначают их.

В статье Jamestown Foundation «Will Belarus Be Putin's Next Target?» (Является ли Белоруссия следующей целью Путина?)¹⁸² внимание реципиента фокусируется на вопросе, заданном в заголовке – будет ли Белоруссия следующей целью Путина. Территориальный макроконцепт Belarus обозначает расположение страны и, с учетом происходящего в настоящий момент на Украине, искусственно помещается в контекст цели. Так создается аллюзия на версию оккупации части Украины российскими войсками и возможность военных действий, которые последуют в Белоруссии: фоновая информация и упоминание президента РФ имплицитно подводит реципиента к выводу о возможности вооруженного конфликта с участием РФ на территории Белоруссии. Макротопоним несет двойную семантическую нагрузку – прямого значения и фонового ситуационно-коннотативного, выполняя в последнем случае функцию периферийной репрезентации информации с имплицитным фоновым воздействием на реципиента.

Кластер 11. Территориальные концепты, вербализующие известные знания (тему) и связанные гипертекстом, используются в большом количестве текстов и дискурсов, тематически объединенных в виртуальном медийном пространстве гипертекстовыми ссылками. Взаимосвязанные подобным образом гипертексты складываются в медийном дискурсе в коммуникативно-ситуативный орнамент, который, благодаря многократному повтору тем и вариантов их раскрытия в различных текстах на различных сайтах в одноязычном сегменте Интернета. Виртуальный медиадискурс строится по принципу получения и многократного обсуждения новостей, так что любые медийные тексты получают гипертекстовые ссылки на другие страницы и сообщения. Подобное свойство виртуального пространства используется при распространении новостей, рекламы и общественных инициатив различных организаций. В аналитических статьях это

¹⁸² URL: http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=44251&tx_ttnews%5BbackPid%5D=7&cHash=94ac2498a4a8f5144bb44d21c82ee648#.VcJYPFnFzsc.

свойство используется в пропаганде выгодной точки зрения на происходящие события.

Ярким примером подобной публикации является анализ Jamestown Foundation «Russia Insists on Own Impunity, Gains Pariah Status» (Россия настаивает на безнаказанности, становится изгоем). В статье рефреном звучит обвинение России в катастрофе самолета из Малайзии, потерпевшего крушение над территорией Украины. Название самолета «Malaysian Airlines Flight 17» уточняется через территориальный концепт Malaysian. Сочетание с макротопонимическим территориальным концептом Russia's reputation имеет ярко выраженную пропагандистскую окраску, поскольку любое упоминание репутации, тем более репутации стран, абсурдно с точки зрения аналитических докладов. Также аллюзия «The Russian nyet», используется в контексте наложения вето в Совете Безопасности ООН, где вербализация концепта, репрезентирующего в сочетании с транскрипцией русского слова создает иллюзорность признания чьей-то вины. Миф о том, что малайзийский самолет был сбит российскими войсками, распространяется и в медийном пространстве российского Интернета. В тексте статьи используются гипертекстовые ссылки на статьи сайтов «Независимая газета» и «Газета. ру», «Московский комсомолец» и «Эхо Москвы», что якобы «подтверждает» для реципиента версию о том, что самолет был сбит российскими военными.

Кластер 12. Концепты, вербализующие новую информацию и связанные гипертекстом, часто сообщают информацию о развитии событий на определенной территории, могут использоваться в текстах, посвященных геостратегической аналитике. Гипертекстовые информационные концепты служат материалом для создания гипертекстов, повторяющих сформулированные в исходном тексте стратегические положения и формулировки. Гипертекстовые ссылки в виртуальном пространстве связаны семантически и технически, рематические концепты, участвующие в формулировании, вербализации и декларации определенной стратегии действий, эксплицитно или имплицитно повторяются в производных текстах. Эксплицитно повторяющие концепты можно технически

запрограммировать на повторяющихся лексемах, имплицитные же повторы могут быть недоступны техническим средствам обработки виртуальных текстов и дискурсов, поскольку при репрезентации значений в других текстах могут использоваться синонимы, антонимы, эвфемизмы, словесные шифры и так далее. Эксплицитные гипертекстовые концепты могут быть выражены отдельными лексемами, которые являются гиперссылками в печатном тексте, отдельным гипертекстовым знаком, например, фотографией и иконкой.

Гипертекстовая имплицитность, тем более в аналитических статьях, декларирующих политические, военные и экономические стратегии, их отдельные положения. Рематические концепты чаще всего репрезентируют какой-то отдельный аспект их реализации в непосредственно происходящих событиях, поскольку формат статей и заметок предполагает ознакомить реципиента с необходимой для понимания отдельного события стратегической информацией. Полностью информация подобного рода массовой аудитории предоставлена быть не может и единственным основанием для ее предоставления служит социальная и политическая острота происходящих событий.

Аналитическая статья Stratfor «Bringing Turkey's Border Strategy Into Focus» (Приграничная стратегия Турции в центре внимания) раскрывает один из стратегических аспектов противостояния на южных турецких границах: незадолго до анализируемых событий турецкой авиацией был нанесен удар по позициям исламистских боевиков ИГИЛ¹⁸³. К статье прилагаются спутниковые фотографии позиций турецких войск, заявляется о партнерских отношениях с США: «Turkey, now partnered with the United States, will strike at Islamic State-controlled territory adjacent to the Turkish border» (Турция, имеющая статус партнера США, нанесет авиаудары по территориям, прилегающим к турецким границам и контролируемым ИГИЛ) и дается описание турецких диспозиций: «... according to these images, which were taken July 26, we now know that that equipment includes Turkish-made main battle tanks and support units poised in a defensive position on the

¹⁸³ URL: https://www.stratfor.com/analysis/bringing-turkeys-border-strategy-focus?utm_source=facebook&utm_medium=official&utm_campaign=link.

Turkish side of the border» (по фотографиям, которые были сделаны 26 июля (2015 года – *прим. перев.*), мы знаем, что их войска включают танки турецкого производства, а также сопровождающие технические подразделения, которые находятся в обороне и дислоцированы на турецкой стороне границы).

В дальнейшем статья обосновывает необходимость нанесения удара по территориям, контролируемым боевиками ИГИЛ и находящимся на турецко-сирийской границе, подчеркивается формальный альянс между США и Турцией в борьбе с исламистами на севере Сирии: «Though the United States and Turkey are now formally aligned in the fight against the Islamic State in Syria, it is unclear exactly how that alliance will play out» (Хотя Соединенные штаты и Турция сегодня формально объединились в борьбе против ИГИЛ в Сирии, неясно, каким образом будет действовать этот альянс в дальнейшем). Военно-стратегическая смысловая нагрузка распределяется между концептами: the United States, Turkey, the Islamic State in Syria, formally, aligned, fight against, два из которых являются территориальными концептами – макротопонимами, и один конфессионим, совмещенный с макротопонимией. Далее в тексте отмечаются связи Турции с некоторыми исламистскими организациями (Jabhat al-Nusra) и подчеркивается, что в данном противостоянии США проверяют, насколько они могут доверять своим новым партнерам: «Though Turkey would also be unlikely to work with an al Qaeda franchise, Ankara has in the past supported Islamist factions with close ties to Jabhat al-Nusra that the United States is hesitant to support. Turkey's inability to control the rebel landscape in a way that offers protection for rebels supported by the United States is already testing the countries' newfound partnership» (Турция неохотно сотрудничает с организациями, уличенными в связях с Аль-Каидой. Однако в недавнем прошлом Анкара поддерживала исламистские организации, тесно связанные с Джабхат-аль-Нусра, в отношении которых сами Соединенные Штаты сомневались, поддерживать их или нет. Способность контролировать повстанческие движения так, чтобы предоставить защиту поддерживаемым Соединенными Штатами повстанцам, является своего рода испытанием для новых стран-партнеров США. Турция не смогла осуществить такой контроль). В

данном случае автором текста обозначаются стратегические намерения Соединенных Штатов активно вмешиваться в противостояние с боевиками ИГИЛ на любой территории, заручившись поддержкой региональных лидеров. Макротопоним Syria позволяет стратегически соориентировать реципиента, сведущего в вопросах внешней политики США на Ближнем Востоке, и показать ему дальнейшее направление действий, вплоть до прямого вмешательства в военный конфликт с официальными сирийскими властями и военными силами.

5.1.3. Кластеры 13–18: исторический момент (время)

Исторический момент также находит свое отражение в речевых продуктах медиадискурса, репрезентируя при помощи информационных концептов временной компонент в качестве характеристики репрезентируемого события, коммуникативной ситуации или непосредственно текста.

Кластер 13. Тематические информационные концепты, репрезентирующие временной компонент в смысловом ядре текста, функционируют в текстах с историческими справками и данными. В медиадискурсе таковыми могут быть специализированные тексты широкой исторической тематики, которые целиком посвящены репрезентации определенных исторических событий, однако нас интересуют тексты аналитического и новостного жанров. Необходимо отметить, что исторический контекст часто используется в аналитике для объяснения первопричин и прогнозирования последствий происходящих событий. Репрезентация событий при помощи исторических концептов помогает объяснить закономерности в происходящем и выработать стратегические и тактические рекомендации в связи с возможным их развитием. Однако существует вариант использования исторических концептов с ложными коннотациями или контекстами, когда автор текста не сообщает достоверную информацию, но стремится дезинформировать реципиента. В данном случае исторические концепты

служат для подчеркивания негативных смыслов, создания негативного образа или контекста.

Исторической справкой является следующая статья Jamestown Foundation «Moscow's Territorial Division of Central Asia in 1920s Artificial, Tajik Historian Says» (Проведенное Москвой в двадцатые годы территориальное деление Центральной Азии было «искусственным», утверждает таджикский историк).¹⁸⁴ В статье рассказывается о разделении Средней Азии большевиками в двадцатые годы прошлого века. Отмечается, что в борьбе с антисоветским движением басмачей большевики не считались с национальными и языковыми особенностями населения Средней Азии, в итоге граничное разделение на республики было неудачным. Для описания ситуации используется много транслитерированных заимствований, макротопонимов, этнонимов, которые обозначают исторические реалии: The Bolshevik government, razmezhevaniye, Tajiks, Uzbeks, Bolsheviks и так далее.

Далее следует ссылка на другого таджикского историка с целью придания большего веса сообщаемым реципиенту историческим сведениям (ссылка на авторитетного специалиста): «According to the Tajik scholar, the Bolsheviks had no choice but to carry out the territorial delimitation of Central Asia because they had promised all nations the right of self-determination. But the actual implementation of that policy, he acknowledges, was selective and was often driven by short-term political needs. Thus, in Central Asia, Moscow was far more concerned about blocking the spread of pan-Turkist and even pan-Islamist ideas and fighting the basmachi than in coming up with borders that reflected the actual ethnic patterns in the region» (По словам таджикского ученого, у большевиков не было иного выбора при территориальном делении Средней Азии кроме как обещать всем нациям права на самоопределение. Но в действительности проведение такой политики, признает он, было избирательным и соответствовало сиюминутной политической необходимости. То есть в Центральной Азии Москва занималась ослаблением

¹⁸⁴ URL: http://www.jamestown.org/regions/centralasia/single/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=44128&tx_ttnews%5BbackPid%5D=53&cHash=6b4e9b167e533324b0244c8785e269bb#.VcCamlnFzsc.

пантюристского влияния и панисламистских идей, а также военными действиями против басмачей, а не установлением границ, соответствующих реальному этническому распределению населения в регионе). В данном предложении мы видим пример интерпретации событий постфактум, то есть объяснение давно свершившегося с точки зрения современности и актуальных критериев оценки исторических событий: не учитывается тот факт, что большевики по возможности собирали территориальное наследие Российской Империи, создавали с нуля региональные государственные единицы.

Все означенные средства репрезентации проблематики в статье подчинены одной авторской интенции – обозначить приграничные этнические проблемы, подтвердить собственные аналитические предположения словами ученого-историка, а также добавить названия исторических реалий в качестве художественных средств выразительности.

Кластер 14. Рематические и исторические концепты в смысловом ядре текста сообщают об истории, происходящих событиях, значимых в мировом, национальном, государственном контексте. В данном случае в статье неизбежно обращение к историческим событиям из прошлого, но чаще для создания бэкграунда информации, предваряющей сообщение об объекте, предмете, событии. Примером подобного композиционного развертывания текста является статья Stratfor «What Borders Mean to Europe» (Какие границы подразумевают Европу). Это типичная научно-популярная статья, в которой используется историческая терминология, замененная перефразированием нейтральной лексикой для лучшего понимания реципиентом излагаемой в тексте позиции автора – Джорджа Фридмана. Автор рассматривает проблему значения границ и современного территориального деления в Европе: «Today, Europe faces three converging crises that are ultimately about national borders, what they mean and who controls them. These crises appear distinct: Immigration from the Islamic world, the Greek economic predicament, and the conflict in Ukraine would seem to have little to do with each other. But in fact they all derive, in different ways, from the question of what borders mean» (Сегодня Европа находится перед лицом трех схожих по сути

кризисов, которые в конечном итоге касаются национальных границ, их значения и сил, их контролирующих. Эти кризисы проявляются все четче: иммиграция из исламского мира, греческий экономический кризис и конфликт на Украине – на первый взгляд они слабо взаимосвязаны. Фактически, все они по-своему связаны с вопросом о значении границ).

Однако ракурс рассмотрения проблемы изначально определен в одном из главных тезисов статьи: «Europe's borders have been the foundation of both its political morality and its historical catastrophes» (Европейские границы были основой политической морали Европы и первопричиной ее исторических катастроф). В первых пунктах статьи речь идет о праве наций на самоопределение, но чуть позже отмечается, что, с одной стороны, по окончании Второй мировой войны границы в Европе были изменены, а, с другой стороны, на территории современного Евросоюза границы фиксированы, но не имеют прежнего разделяющего значения: «Thus two principles emerged after World War II: The first, predating the European Union, was that the existing borders of Europe could not be changed. The hope was that by freezing Europe's borders, Europe could abolish war. The second principle, which came with the mature European Union, was that the bloc's internal borders both existed and did not exist. Borders were to define the boundaries of nation-states and preserved the doctrine of national self-determination, but they were not to exist insofar as the movement of goods, of labor and of capital were concerned» (После Второй мировой войны были реализованы два принципа: первый, предшествующий созданию ЕС, заключается в том, что существующие внутри ЕС границы не будут изменены. Европа сможет избежать войны. Вторым принцип, который появился в рамках развитого ЕС, одновременно объявлял внутренние границы существующими и несуществующими. Границы должны были указывать на расположение национальных государств, и сохраняли право наций на самоопределение, но они не должны были препятствовать для товаров, рабочей силы и капиталов). Очевидно, что автор обращается к историческим реалиям, при помощи которых поясняет и дополняет свою мысль, облегчая понимание реципиента.

В дальнейшем, при рассмотрении актуальных на сегодняшний день европейских проблем миграции из исламских стран и экономического кризиса в Греции автор также обращается к истории. В частности, вспоминает о миграции восточных евреев в западные страны: «In the 19th and 20th centuries, the Ostjuden – the Jews coming into Western Europe as they fled czarist edicts – raised the same challenge, even though they sought more vigorously to assimilate» (В 19-м и 20-м тысячелетии восточные евреи – евреи, которые прибыли в Западную Европу, спасаясь от царских указов – представляли аналогичную проблему, хотя считалось, что они могут легче ассимилироваться). При анализе истоков экономического кризиса в Греции автор обращается к событиям недавнего прошлого и проводит аналогию с кипрским кризисом: «They remember what happened during the Cyprus crisis, when the government, capitulating to German demands in particular, froze and seized money deposited in Cypriot banks» (Они помнят, что случилось во время кипрского кризиса, когда правительство, уступив требованиям Германии, заморозило и изъяло деньги, хранящиеся в кипрских банках). Таким образом, репрезентативная функция исторических концептов реализуется при аналитической обработке событий и заключается в дополнительном обосновании авторских тезисов.

Кластер 15. Верификационные исторические концепты характерны для аналитических текстов, посвященных событиям, рассматриваемым в контексте современности. Временной семантический компонент в данном кластере репрезентирует события через исторические концепты, свойственные современному состоянию общества, текущему историческому моменту. В текстах с верификационными историческими концептами происходит, говоря иными словами, «сверка» произошедшего когда-то события с достижениями современности и попытка осмыслить прошлое или настоящее с учетом накопленного опыта.

В статье Stratfor «Scientific Ideals and Morality in the Nuclear Age» (Научные идеалы и мораль в ядерный век) сделана попытка осмыслить первое применение ядерного оружия американцами во время Второй мировой войны в Хиросиме и

Нагасаки в контексте века ядерных технологий. Репрезентация трагических событий из прошлого при помощи исторических концептов начинается непосредственно в лиде статьи: «Seventy years ago today, a United States Air Force B-29 bomber called Bockscar dropped the plutonium bomb "Fat Man" on the Japanese city of Nagasaki. Along with "Little Boy," which targeted Hiroshima three days before, the Aug. 9 bomb helped bring World War II to a close. The United States had become the first country to deploy nuclear weapons in wartime. Today it is still the only nation to have done so. Over the last seven decades, legions of scholars have picked apart the implications of atomic weapons, the nature of their deployment during the closing stages of the war and the immediate aftermath of the August 1945 bombings» (Семьдесят лет назад в этот день американский бомбардировщик США B-29, называемый Bockscar, сбросил плутониевую бомбу «Толстяк» на японский город Нагасаки. Вместе с бомбой «Малыш», которая была сброшена на Хиросиму за три дня до этого, бомба 9 августа помогла завершить Вторую мировую войну. Соединенные Штаты первыми применили ядерное оружие в военное время. Сегодня американцы – единственная нация, сделавшая это. За последние семь десятилетий легионы специалистов критиковали последствия применения ядерного оружия: эффективность ядерных бомбардировок на завершающем этапе войны и их последствия непосредственно в августе 1945 года).

Исторические концепты актуализованы в лиде статьи: United States Air Force B-29 bomber, Bockscar, plutonium bomb "Fat Man", Nagasaki, "Little Boy", Hiroshima, World War II, the first country to deploy nuclear weapons, the August 1945 bombings. Есть также исторические концепты, обозначающие организации и проекты из истории американской атомной науки: the Manhattan Project, the "Advisory Committee on Uranium", а также персоналии – исторические фигуры, политики и ученые, занимавшиеся развитием ядерных технологий: Enrico Fermi, Leo Szilard, Niels Bohr, Albert Einstein, Franklin Roosevelt, Harry S. Truman и так далее. Есть также прием объяснения при помощи исторических концептов отдельных категорий, что может не соответствовать историческим реалиям: «Nationalism is, in fact, part a modern notion, one that was still in its infancy in the

18th and early 19th centuries» (Национализм, по сути, одна из современных категорий, одна из тех, которые появились в 18-м и в начале 19 века). Совместное использование их в тексте создает необходимый исторический контекст. В то же время архитектуральная семантическая связь с заголовком статьи, в котором поставлен вопрос, подкрепляется дополнительными смыслами исторических концептов, выполняющих метатекстуальную функцию.

Кластер 16. Исторические периферийные концепты не сообщают новой информации и находятся на смысловой периферии – в информационном фоне, создают контекст, информационный фон сообщения или добавляют художественной выразительности. Чаще всего это относится к текстам с историческими деталями в контексте.

В докладе Stratfor «The Lives of Jihadist Leaders Drop in Value» (Жизнь лидеров джихадистов обретает смысл) рассматривается возникновение и становление исламистского движения Талибан. Статья прогнозирует будущее движения Талибан и анализирует возможности отдельных лидеров выжить в условиях джихада. Анализируемые события происходят в настоящее время: «Much has been written since the July 30 confirmation that the Taliban's longtime leader, Mullah Mohammad Omar, died two years ago. Most of the discussion has focused on the future of the Taliban movement, the impact of his death on the al Qaeda core – which had pledged allegiance to Mullah Omar as Amir al-Mu'minin, or "commander of the faithful," – and of course, the Islamic State's efforts to take advantage of Mullah Omar's death» (С 30 июля, после подтверждения гибели много лет возглавлявшего Талибан лидера Муллы Мохаммада Омара, который был убит два года назад, был написан целый ряд аналитических статей. Большинство дискуссий фокусировалось на будущем движения Талибан, влиянии его смерти на костяк аль-Каиды, присягнувшего Мулле Омару как амиру аль-Мухимину или «повелителю правоверных». И, конечно, о том, как исламские государства не преминули воспользоваться гибелью Муллы Омара).

Основные аналитические выводы делаются автором, основываясь на сведениях о значимых для существования движения событиях, однако в контексте

упоминаются некоторые исторические детали. «Despite losing their commander-in-chief in April 2013, the Taliban have been making steady progress in their military campaign against the Kabul government. During the 2014 and 2015 fighting seasons, the Taliban not only worked to solidify their hold in their traditional areas of control in parts of Helmand, Paktika and Zabul provinces but also focused on the country's northern provinces, a marked departure from their previous emphasis on traditional strongholds in the south and east» (Несмотря на потерю верховного главнокомандующего в апреле 2013 года, Талибан делает успехи в своей военной кампании против правительства в Кабуле. В течение военных кампаний 2014 и 2015 года движение Талибан упрочило свои позиции в провинциях Афганистана Гильменд, Пактика и Забул, однако в северных провинциях наблюдается ослабление их влияния в отличие от традиционных оплотов на юге и востоке). Очевидно, что отдельные исторические детали лишь дополняют основную мысль и в данном тексте относятся скорее к тематическому смысловому ядру.

Кластер 17. Гипертекстовый повтор во многих текстах исторических тематических концептов образует когерентное смысловое ядро определенного исторически значимого временного отрезка. Часто тексты и дискурсы смежной тематики повторяют исторические данные, результаты исследований и подсчеты. В аналитических статьях показателем наличия тематических концептов, касающихся исторического периода, помимо значимых для выбранной тематики исторических событий является статистика, связанная с определенным периодом.

Например, в статье Jamestown Foundation «Terror Trends: 40 Years' Data on International and Domestic Terrorism» (Террористические тренды: данные за 40 лет о международном и локальном терроризме) проводится ретроспективный анализ с приведением статистических данных за исторический период: «Between 1969 and 2009, there were 38,345 terrorist incidents around the world. Of these attacks, 7.8 percent (2,981) were directed against the United States, while 92.2 percent (35,364) were directed at other nations of the world:..» (Между 1969 и 2009 годами было совершено 38 345 террористических актов в мире. 7,8 процентов (2 981) из них

были направлены против Соединенных Штатов, 92,2 процента (35 364) против других наций:...) ¹⁸⁵.

Значимым для данной статьи трагическим событием, вошедшим в историю Соединенных Штатов, становится 11 сентября 2001 года, когда были совершены теракты в Нью-Йорке. Аналитические статьи американских авторов, касающиеся тематики терроризма, часто упоминают эту дату и выстраивают аналитику относительно ситуации с безопасностью США до этих терактов и после. «On September 10, 2001, Osama bin Laden's name was well known to the U.S. intelligence community. By that point, bin Laden had directed various attacks against the U.S. through the al-Qaeda terror network, including the 1993 World Trade Center bombing and the 1998 U.S. embassy bombings in Africa» (10 сентября 2001 года имя Осамы бин Ладена было хорошо известно в американском разведывательном сообществе. К этому моменту бин Ладен организовал множество атак против Соединенных Штатов через террористическую сеть Аль-Каида, включая теракт 1993-го года во Всемирном Торговом центре и теракт в 1998 году у посольства США в Африке).

«The 9/11 attacks, and the subsequent publication of The 9/11 Commission Report served as a tremendous catalyst for a much-needed and robust debate over the nature of the threat facing the United States. The report also drew significant attention to the nation's intelligence failures and lack of a framework for preventing, preparing for, and responding to acts of terrorism» (Атака 11 сентября и последовавший за ней доклад Комиссии о событиях 11 сентября послужил сильнейшим катализатором для столь необходимых и открытых дебатов о природе угроз, стоящих перед Соединенными Штатами. В докладе также обращалось особое внимание на промахи национальной разведки и отсутствие разработок для предотвращения, подготовки и реагирования на террористические акты).

Концепты «The 9/11 attacks», «9/11» встречаются в огромном количестве текстов и дискурсов в виртуальном медийном пространстве, образуя

¹⁸⁵ URL: <http://www.heritage.org/research/reports/2011/05/terror-trends-40-years-data-on-international-and-domestic-terrorism>.

гипертекстовый коммуникативно-ситуативный орнамент по отдельному концепту, имеющему особую значимость для жизни и истории американской нации. Метрика поисковых систем показывает следующие результаты (таблица 11).

Таблица 11. Метрический анализ медийных сегментов Интернета

Концепты	Google	Яндекс
«The 9/11 attacks»	About 702,000 results (0.42 seconds)	23 тыс. ответов
«9/11»	About 12,000,000 results (0.30 seconds)	139 млн. ответов

Большое количество результатов показывает распространение текстов в англоязычном сегменте Интернета, которые наверняка перекликаются не только гиперссылками, но и гипертекстовым единством раскрываемых ими тематик. Проследить все гипертекстовые связи у 12 миллионов текстов не представляется возможным, однако стоит отметить, что характерным является сценарная реализация фрейма в коммуникативных ситуациях обсуждения текстов, когда текст становится источником дискурса и других текстов, связанных через гипертекстовые тематические концепты.

Кластер 18. Исторические рематические концепты так же, как и тематические, служат средством гипертекстовой связи между текстами в виртуальном пространстве. Наиболее интересным, с исследовательской точки зрения, является выполнение рематической функции, функции привнесения в контекст новой информации при помощи исторических концептов, семантически включающих отсыл к прошлому. Реализация названной функции возможна при использовании фреймовой структуры и разбиении ее на фреймовые составляющие, когда отдельная характеристика обозначаемого фреймом исторического события вплетается в смысловую ткань медийного текста с целью

иллюстрации излагаемых тезисов, подтверждения позиции, оценки авторами событий, которые являются его основной темой.

В докладе Stratfor «Exploring the Roots of Anti-Democratic Attitudes in China» главным тезисом становится демократизация Китая и в лиде (первом абзаце аналитической статьи) ставится вопрос: «Will China democratize? If so, how soon? If not, why not?» (Хочет ли Китай демократизироваться? Если да, то как скоро? Если нет, то почему нет?)¹⁸⁶. Далее идут размышления в виде ответа на поставленный вопрос, и в контексте автор обращается к некоторым аспектам из истории Китая, пытаясь объяснить, что же из демократических преобразований возможно, что можно считать таковыми с его позиции или нельзя. В контексте статьи используются следующие исторические рематические концепты: «... Pankaj Mishra as a guide to 19th- and 20th-century Asian intellectuals... » (Панкай Мишра как ориентир для азиатских интеллектуалов 19 и 20 веков...). В данном примере исторический концепт обозначает сферу специализации консультантов автора – специалисты по 19 и 20 веку азиатской истории. «Mao "worshipped" his works and "read them until he knew them by heart," as he later told Edgar Snow in the caves of Yan'an in 1935» (Мао «боготворил» свои труды и читал их до тех пор, пока не выучивал наизусть», как он говорил Эдгару Сноу в пещерах Яньань в 1935 году) – одна из деталей жизни китайского руководителя Мао, упоминается с целью подчеркнуть тоталитарный характер новейшей китайской истории. Далее мысль развивается в большей зависимости от концептов китайской истории начала прошлого века, на основании которой почему-то делаются выводы о демократизации современного Китая. Эта особенность исследуемого текста показывает, насколько сложным является использование исторических концептов в рематической функции без смыслового согласования с современными обстоятельствами и с целью подгонки заранее интенционально запланированных выводов относительно предмета рассмотрения.

Кластеры текстов с историческими концептами большей частью относятся к текстам, чья интенция включает пропагандистскую составляющую, и часто набор

¹⁸⁶ URL: <https://www.stratfor.com/weekly/exploring-roots-anti-democratic-attitudes-china>.

концептов из истории страны повторяется в качестве аргументации к уже известным пропагандистским тезисам. С данной точки зрения, вполне объясним феномен в кластере 18, когда при использовании исторических концептов в рематической функции нарушается логика развития главной мысли текста, интенционально подводимого к желаемому автором выводу или тезису, заложенному в начале статьи.

5.1.4. Кластеры 19–24: политическая и экономическая ситуация

Политико-экономический кластер текстов охватывает медиатексты, повествующие о политической и экономической ситуации, современном состоянии общества и уровне его развития. В медиадискурсе подобные темы воплощаются в новостных медиатекстах.

Кластер 19. Политико-экономические тематические концепты в смысловом ядре медиатекстов – это новостные заметки, статьи, сюжеты, устные медийные дискурсы, аналитические статьи политической и экономической тематики.

Доклад Stratfor «Russia Readies Itself for Unrest» (Россия готовится к беспорядкам)¹⁸⁷ анализирует экономические проблемы и вызовы, стоящие перед РФ, то есть политико-экономическая проблематика напрямую располагается в тематическом смысловом ядре текста.

В преамбуле статьи, формулирующей основной экономический тезис, подвергаемый анализу, текущее экономическое положение страны показано во фреймовой структуре. Постановкой в начало статьи выделяется фрейм «Russia's economy» и слоты «country's regions», «cities», «people», которые заполняются негативными прогностическими экономическими характеристиками. Слот «Russia's regions» заполнен характеристикой надвигающегося дефолта «the verge of default»: «Many of Russia's regions are already on the verge of default», слоты «cities» и «people» – характеристикой «strapped for cash»: «As the pressure continues

¹⁸⁷ URL: <https://www.stratfor.com/analysis/russia-readies-itself-unrest>.

to build at the regional level, the country's municipal governments and citizens will find themselves increasingly strapped for cash» (В связи с напряженностью на местном уровне муниципальные правительства и граждане все больше будут испытывать нехватку наличных денег). Слот «the Kremlin» становится субъектом и должен под давлением обстоятельств предпринять ряд шагов против прогнозируемых авторами сепаратистских устремлений регионов и массовых протестов: «With little hope of economic recovery in the near future, the Kremlin is taking steps to quash any threat of regional defiance or mass protests against its leadership» (Со слабой надеждой на улучшение экономической ситуации в ближайшем будущем, Кремль предпринимает шаги по предотвращению угроз регионального сепаратизма или массовых протестов).

Рассматриваемая статья принадлежит к публикациям широкого политического и экономического профиля, поэтому выводы не подкрепляются экономическими статистическими данными, но основываются скорее на общем экономическом положении и негативной прогностике авторов текста.

Кластер 20. Политико-экономические рематические контексты в смысловом ядре текста реализуются в новостных текстах и дискурсах. Медийные тексты, входящие в матричный кластер новостей, строятся по известной медийной формуле «Что? Где? Когда? С кем? Причины?» и сообщают о текущих событиях в политико-экономической жизни общества, других стран. Подробный анализ новостных медиатекстов был приведен в предыдущей главе, на примере новостных заметок сайтов ИТАР-ТАСС и CNN. Стоит отметить, что тексты данного кластера сообщают новую информацию, держат в курсе происходящих событий и обновляют репрезентативную картину происходящего ежедневно. Рематические концепты присутствуют в смысловом ядре новостных заметок, статей и репрезентируют поступающую информацию исключительно в рематическом аспекте.

Кластер 21. Политико-экономические верификационные концепты содержатся в текстах политической и экономической аналитики. Верификационная функция этих концептов реализуется в особенностях

аналитического жанра, в котором основным назначением текста является разъяснение текущей политической, экономической ситуации, приведение статистических данных для подтверждения излагаемых тезисов и создания информационных прецедентов для потенциальной ссылки на них в других текстах со сходной тематикой. Производные тексты и дискурсы ссылаются на данные первичных, прецедентных текстов, однако прецедентность таких текстов обусловлена представленной в них политической, экономической ситуацией и ограничена ей, то есть верификация происходит относительно показателей, релевантных для текущего момента, который может измениться и не соответствовать им.

Реализацию политико-экономических верификационных концептов в медиатексте можно рассмотреть на следующем примере: статья аналитического агентства Stratfor «In Brazil, Economic Recovery Stalls»¹⁸⁸ использует экономические и политические концепты с целью аналитического, а значит, верификационного освещения финансовой ситуации в Бразилии. Верификация происходит относительно политических представлений и идеологием, знакомых целевой аудитории западного новостного мейнстрима.

Кластер 22. Политическими верификационными концептами в данной статье являются следующие: «The corruption scandal» в предложении «The corruption scandal has also hurt many of the contractors that provide services to Petrobras, including some of Brazil's largest construction and engineering companies, such as Odebrecht and OAS SA» (Коррупционный скандал также коснулся подрядчиков, которые предоставляют услуги компании «Петробрас», включая некоторые крупнейшие в Бразилии строительные и проектные организации, такие как «Одебрехт» и «ОАС СА»).

В экономическом контексте коррупционные скандалы могут иметь политическое значение, поскольку касаются крупнейших компаний Бразилии при сотрудничестве с зарубежными, что также придает им международно-политическое значение; концепт «inflation» в предложении «Growing inflation is

¹⁸⁸ URL:<https://www.stratfor.com/analysis/brazil-economic-recovery-stalls>.

only complicating matters for the country's weakening economy» (Растущая инфляция только осложняет ситуацию слабой экономики страны); концепт «political environment» в предложении «Brazil's fragile political environment is adding to the country's long-term economic uncertainty as well» (Хрупкое политическое положение в Бразилии усугубляется длительной экономической неопределенностью). Чисто политическими концептами являются названия бразильских партий и политических инстанций, перечисленные в статье: Brazil's National Congress, the Chamber of Deputies, the centrist Brazilian Democratic Movement Party, the ruling Workers' Party, the Brazilian Labor Party, the Democratic Labor Party.

Экономическими концептами в тексте являются привычные финансовые термины и лексемы: Latin America's largest economy, Brazil's primary commodity exports, foreign economic environment, global economic climate, Brazil's GD и так далее. Есть смешанные политико-экономические концепты, показывающие, что исследуемый текст является именно политико-экономической аналитикой: «But Brazil's domestic environment – both economic and political – forewarns of even greater trouble ahead» (Но внутренняя ситуация в Бразилии – экономическая и политическая – свидетельствует о больших вызовах, которые стоят перед страной).

В тексте также встречаются некоторые идеологемы, которые присущи текстам по международной аналитике, поскольку служат одним из художественных средств выражения авторской интенции и отношения к описываемым событиям, явлениям, предметам, которое выражено имплицитно. Например, идеологическую функцию в данном тексте выполняют концепты, выраженные эпитетами, и свидетельствуют об авторских ожиданиях – о неблагоприятном прогнозе экономической и политической ситуации в Бразилии: slowed dramatically, Latin America's *largest* economy will continue to *struggle* well, country's *weakening* economy, Brazil's domestic *troubles*, an *unfavorable* global economic climate.

Суммируя вышеизложенное, можно заключить, что тексты политико-экономической аналитики создают верификационные прецедентные тексты для соответствующей проблематике ситуации. Верификация происходящего в описываемой сфере жизни общества с изложенными в таких текстах реалиями или верификационными компонентами осуществляется через названные выше типы концептов.

Кластеры 23 и 24. Политико-экономические тематические концепты участвуют в образовании гипертекстового коммуникативно-ситуационного орнамента (КСО) в медийном пространстве. Создание КСО при помощи гипертекста в медиадискурсе может осуществляться двумя путями:

1. Использование одной и той же политико-экономической лексики, терминологии в текстах сходной или разных тематик. В текстах сходной тематики сообщается о политических и экономических событиях в повторяющихся из текста в текст терминах, которые могут быть оформлены гипертекстовой ссылкой.

2. Развитие одной и той же темы в различных текстах и на различных ресурсах в русле тематического мейнстрима, создающего гипертекстовую взаимосвязь тематик текстов вне зависимости от наличия гипертекстовых ссылок. Объединяющими данные медиатексты в мейнстрим могут стать следующие факторы – одни источники получения информации о событиях (крупные информационные агентства, предоставляющие фактологическую информацию для контента) и поисковые системы (техническая сортировка медиатекстов и субдискурсов).

3. Создание коммуникативно-ситуационного орнамента непосредственно при помощи повтора коммуникативных ситуаций в медиатекстах и субдискурсах. Данный прием используется, когда повторяются не структурные категории ситуации общения (адресат и адресант могут быть представлены разными людьми, место и время могут меняться, отношения между ними, а также канал общения и форма подачи информации), а смысловые. Неизменным должны оставаться общее коммуникативное пространство, определенный набор

коммуникативных тематик и особенности протекания коммуникативных процессов в конкретном национальном медийном пространстве. Набор тем должен соответствовать общепринятым в данном национальном коммуникативном пространстве интерпретациям, а цель и прогнозируемый результат общения – прогнозируемым с достаточной степенью вероятности прототипическим ситуациям. Это могут быть прототипические ситуации, реализованные непосредственно в построении медийных субдискурсов. Иными словами, прототипическая ситуация в данном случае будет представлять формулу: прототипическая ситуация = тема + общепринятая интерпретация + структурные составляющие коммуникативной ситуации. Общепринятая интерпретация является традиционно верифицированной социальной нормой и при гипертекстовом повторении в различных контекстах имплицитно организует большое количество медиатекстов в коммуникативно-ситуационный орнамент. В качестве организующего компонента могут быть прецедентные культурные феномены, знакомые, близкие и понятные каждому члену коммуникативного сообщества. Необходимо отметить, что узнаваемость и прогнозируемость ситуаций общения не противоречит яркости и сенсационности подачи журналистских материалов. Новая информация, представленная рематическими концептами в КСО, может быть подана интересно и с определенными противоречиями, которые не должны противоречить здравому смыслу или однозначно верифицируемым фактам, тезисам, логично обоснованным предположениям. Удачная реализация КСО создает прочный базис для идентификации реципиентом национального медийного пространства в информационных потоках на различных языках и самоидентификации самого реципиента в информационном обилии медиадискурса.

Примеры гипертекстового КСО с наличием гиперссылок можно найти множество. Обычно это наличие гиперссылки на другой текст, а гиперссылкой являются политико-экономические концепты: «According to the President (гиперссылка в оригинале – политический концепт), the unrest was staged by a leader of the Justice First (Primero Justicia – PJ) opposition party Julio Borges who

escaped to Columbia» (По словам президента, беспорядки были инициированы лидером оппозиционной партии «Справедливость прежде всего» Хулио Борхесом, который потом сбежал в Колумбию). Примером гипертекстового КСО второго типа может быть подборка медийных текстов через поисковые системы по одной тематике, которая представляет собой категоризацию медийного пространства:

1. The Guardian view on the latest Ukraine ceasefire call: why this could be... – Интерпретация «Гардиан» последнего призыва к прекращению огня на Украине: почему это могло произойти...).

2. Ukraine War: Open Disagreement between the US and the EU (Center for Research on Globalization) – Война на Украине: открытое несогласие между США и ЕС.

3. East Ukraine War: Ukrainian Military Mitznefet Helmet Cover Delivered By ... (International Business Times) – Война на востоке Украины: украинские военные в касках Mitznefet, произведенных ... и так далее.

Данный пример показывает, что поисковые системы Интернета создают подборку ссылок на сайты с текстами и субдискурсами на одну тематику, создавая тем самым гипертекстовое единство, связанное одной темой. Здесь мы имеем дело с подборкой текстов исключительно по отдельным концептам, нашедшихся на сайтах, индексируемых базой данных поисковой машины, то есть кластер 23 или формальный субдискурс гипертекстовой тематической связи через концепты, представляющий собой технически соединенные гипертекстовыми ссылками тексты.

Кластер 24. В кластере 24 несколько иная картина дискурсивной организации, в которой преобладает рематическая дискурсивная гипертекстовая связь. Именно гипертекстовая связь присутствует в повторах рем – новой информации, поступающей реципиенту в новостях, объединенных одной или несколькими темами. Тема в данном случае служит направляющим информационный поток фактором, от которого зависит, какое СМИ, с какой частотой, периодичностью будет информировать реципиента о происходящих

событиях, по каким ресурсам и социальным сетям будет распространяться информация. Гипертекстовая связь на семантическом уровне может осуществляться с применением технических средств, а может быть скрытой, имплицитной и реализовываться, например, в выборе СМИ, социальной сети, сайтов для распространения актуальной на данный момент информации. Новостной медиадискурс пронизан гипертекстовыми связями, которые тщательно охраняются и поддерживаются авторским правом, требующим обязательной ссылки на авторов, авторские ресурсы, журналистов, издания, фотографов, авторов фильма и пр.

Сама структура медиадискурса диктует гипертекстовую взаимосвязь компонентов – СМИ, – образующих единое целое благодаря заимствованию информации и актуализации одних и тех же событий в новостной повестке. Чаще всего, это быстрое распространение информации от нескольких крупных информационных агентств другим СМИ, каждое из которых создает свой медиатекст, информация из которого распространяется реципиентам, а они продолжают ее распространение в усеченном и измененном виде. Таким образом, создается коммуникативно-ситуативный орнамент из большого пласта медиатекстов, связанный гипертекстовыми связями, который в итоге реализуется в когерентном медиадискурсе.

Когерентность медиадискурса проявляется именно в этом свойстве – многократно и в разных интерпретациях компилировать и копировать информацию о различных событиях, объектах и явлениях реальности. И когерентность в данном типе дискурса обеспечивается гипертекстовой связью на формально-концептуальном, тематико-рематическом, семантическом уровнях. Следующим связующим компонентом является отбор соответствующих тем для распространения и конструирования медиадискурса. В частности, для создания когерентного КСО в отдельно взятом медийном пространстве в конкретном сегменте Интернета, ориентированного на общее культурное пространство, государство и язык, используются следующие тематики, отдельные концепты

которых из соответствующих тезаурусов и тематических словарей создают упомянутую гипертекстовую связь:

1. Политические, экономические, культурные события, имеющие социальное значение в конкретной стране и касаются большинства.

2. Государственная и национальная символика в информационном и коннотационном фоне, аллюзивная метакоммуникация в структурных элементах коммуникативной ситуации.

3. Геополитические и геоэкономические события в международном контексте относительно граждан, страны и государства, прогнозы развития глобальных событий и освещение положения страны в них.

4. Наличие аналитических текстов, программ, передач, касающихся актуальных внутренних и внешних проблем, объясняющих происходящее и презентующих разнообразные точки зрения на происходящее, соответствующие ожиданиям различных групп целевой аудитории.

5. Репрезентация общекультурных ценностей в познавательных передачах, а также при разрешении спорных и проблемных ситуаций в медиадискурсе.

6. Наличие познавательных материалов по культуре титульной нации и национальным культурам.

Смысловыми компонентами, скрепляющими медийное пространство, являются культурно-информационные тематические и рематические концепты, репрезентирующие социальные, культурные, религиозные ценности, являющиеся объективно принятыми в конкретной культурно-исторической общности, этносе, государстве. Основными темами, развитие которых объединяет и сплачивает людей, принадлежащих к нему, являются значимые достижения в различных областях социальной жизни, способствующие развитию общества: культурные, социальные, государственные традиции, общие культура и история, духовное наследие. Под духовным наследием понимаются критерии и способы выстраивания жизни общества, социальных групп и отдельных индивидов с целью создания комфортного психологического и материального совместного проживания. Возникающие в общем культурно-информационном пространстве

коммуникативные ситуации выстраиваются по принятым и привычным паттернам социального поведения. Создание коммуникативно-ситуативного орнамента из взаимосвязанных текстов и субдискурсов в медиадискурсе предусматривает опору на духовно-нравственные ценности, чаще представляемые религиозным дискурсом. Это любовь, взаимное уважение своей и чужой жизни, прав, собственности, дружба, социальная и нравственная справедливость, умение разрешать спорные ситуации к всеобщему благу и так далее.

5.1.5. Кластеры 25–36: творческий и информационный модули

Творческий компонент МКС охватывает темы искусства, литературы, фольклор и мифологию виртуального информационного пространства. К нему относятся кластеры 25-30, репрезентирующих соответственно тексты творческой тематики, новостей творческой тематики, обзорных и критических статей, творческими деталями в контексте, а также КСО метатворческого дискурса и новостей из творческой сферы.

Информационный компонент МКС представляет метакомпонент информационной среды, обусловленной техническими возможностями Интернета как средства связи и передачи информации массовой аудитории. От традиционных СМИ Интернет отличает расширенный спектр технических возможностей пользовательского моделирования медийного пространства и заполнения его контентом, репрезентирующим реальный мир в виртуальном пространстве. Информационный компонент содержит кластеры с 31 по 36, которые репрезентируют МКТ метатекстов информационного пространства, диагностирующих, анализирующих и характеризующих медийное пространство при помощи специальной метрики; МКТ новостных метатекстов, КСО технического и собственно виртуального метадискурса, МКТ медиатекстов с наименьшей зависимостью от информационной технической среды, КСО виртуального медиадискурса и метановостей информационного пространства.

Подобные тексты часто встречаются на технических сайтах и блогах – URL: <http://habrahabr.ru/hub/infosecurity/>. Все перечисленные кластеры представляют научный интерес, однако недостаточно показательны в рамках настоящего исследования, поэтому остаются на дополнительное исследование.

5.2. Приемы эвокативных воздействий в медиадискурсе

Эвокация реализуется в медиадискурсе в виде свойства эвокативности, присущего тем типам дискурса, которые ориентированы на репрезентацию реальной действительности при помощи медийных средств. Особенностью реализации данного свойства в медиадискурсе является потенциальная исчерпываемость тем: фоновые знания, присутствующие в коллективном сознании и презентуемые в соответствии со сферами общественного бытия, содержат постоянный набор концептов. В процессе формирования законченных медийных произведений происходит насыщение медийного пространства когнитивными моделями, которые являются, в сущности, приемами эвокативных воздействий в рамках медиадискурса.

Когнитивная модель репрезентативного воздействия представляет собой совокупность необходимой коммуникативной информации с целью дальнейшей компиляции и стереотипизации заложенного в нее когнитивного содержания. Формирование медийной модели эвокативного воздействия осуществляется по следующим этапам:

1. Выделение тематического блока концептов, например, «китайская экономическая модель».

2. Формирование пресуппозиции восприятия текстов данной тематики, когда учитывается частота появления темы в СМИ и схожесть подачи информации.

3. Создание высокой тематико-лексической плотности в медиадискурсе, что в результате должно оказать определенное репрезентативное влияние на социальную установку в отношении освещаемой темы.

4. Коммуникативное конструирование образа через авторскую интенцию и выстраивание определенного ассоциативного ряда для лучшей репрезентации информации.

5. Вербализация модели эвокативного воздействия через различные коммуникативные или лингвистические стратегии с помощью применения различных языковых средств прагматического и художественного характера.

6. Восприятие, усвоение и последующая репрезентация реципиентом предложенного в СМИ образа, версии описываемых событий, в которые добавляются имеющиеся у него фоновые знания относительно презентуемого предмета, то есть трансформируют авторский образ в собственные ментальные представления и передают другим реципиентам (надо отметить, что трансформация в когерентный образ происходит в случае, когда реципиент начинает оперировать им в процессе коммуникации при передаче полученной информации, а также при использовании эмоционально-оценочных и экспрессивно-образных средств художественного оформления речи).

7. Закрепление ментальной модели в когнитивную схему, паттерн, фрейм, сценарий или образ через стратегию пополнения собственной картины мира новыми знаниями.

Необходимо отметить, что участие эмоционально-оценочных и экспрессивно-образных сфер при восприятии обязательно, поскольку через эмоциональные образы достигается более глубокое закрепление эмоциональных сфер. После встраивания полученных знаний, схем и сценариев реципиентом прививаются и адаптируются идеологические позиции. Локализация информационной модели как в информационном пространстве, так и в картине мира реципиента происходит через темы, топики. Целенаправленное смысловое моделирование сложных когнитивных информационных моделей создает предпосылки к изменению вектора мыслей реципиента, привлекает его внимание

к отдельным темам, деталям или сопутствующим топикам. Внутренняя динамика модели в будущем развивает фактор расширения и консервации стереотипной установки, за счет чего оказывается влияние как на эмоциональный, так и на ментальный и культурный опыт. Влияние на реципиента ограничено законами психики, наглядным свидетельством чему является устойчивость однажды усвоенных реципиентом установок относительно определенных тем в картине мира¹⁸⁹.

Информационное пространство потенциально содержит возможности для различных типов преобразования информации или приемов информационного воздействия на реципиентов. В процессе борьбы информационных воздействий различных потоков, реализации различных интересов, редакционной политики ряда влиятельных крупных СМИ, наблюдается применение некоторых приемов информационного противостояния воздействий: зеркало, дезинформация, сенсационность, люкентекст, создание комплекса несуществующей вины, контекстуальные (фоновые) изменения в новостном потоке. При использовании названных приемов с информацией совершаются следующие действия: дезинформация, изменение модуса, тональности, поляризации оценок, подмена понятий, искусственное создание оппозиции и противоречий, создание одноразовых ресурсов и обрушение существующих, уничтожение следов нахождения информации в виртуальном пространстве, подмена ресурсов с информацией нейтральной тематики, мифологизация, упрощение событий и их значимости, коннотативность революционности и прорывности событий, необъективность оценок и мифологизирование (демонизация, героизация), идеологическая инверсия, полуправда, инсинуация, фальшивая аргументация, многоаспектная или двусторонняя аргументация, эвфемизация информации и многие другие. Подача информации медийной аудитории может включать яркую сенсационность, «мягкий» вброс информации рекламного характера, раскрутка

¹⁸⁹ Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. 278 с. ; Засурский Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика, 2008–2013. 296 с. ; Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. 2-е изд. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. 320 с.

медийного и эвокативного продукта в разнообразных формах подачи одной и той же информации, что образует рассмотренные выше коммуникативно-ситуационные орнаменты из текстов и субдискурсов в медиапространстве¹⁹⁰. Рассмотрим перечисленные приемы подробнее.

Эвокативный прием «зеркало». Данный прием основан на инверсивной дезинформации реципиента и сенсационной подаче отдельных малозначащих деталей. В частности, некоторые идентификационные детали, имеющие позитивную коннотацию и выглядящие выигрышно, целенаправленно снабжаются негативной коннотацией, метакомпонентом, присущим политическому, идеологическому оппоненту или экономическому конкуренту. Подобное можно увидеть в некоторых зарубежных материалах, в частности в следующей статье Jamestown Foundation: «Putin Threatens ‘Below the Threshold’ Operation in Syria» (Путин угрожает «запредельной» операцией в Сирии): «Moscow has attached credibility to reports that it reserves the right to commence military operations in Syria, following growing evidence that it has increased the supplies of military hardware and enhanced the numbers of military advisors working in-country» (Москва подтверждает сообщения о сохранении за собой права на начало военной операции в Сирии в ответ на все возрастающее число доказательств поставок военной техники и увеличение количества военных советников, работающих в этой стране). В статье речь идет о поставках российской военной техники в Сирию в сентябре 2015 года, что свидетельствует о готовности начать военную операцию при участии России. При этом не упоминается о готовности Соединенных Штатов создать коалицию из европейских государств, которые, намереваясь бороться с ИГИЛ, могут начать военные действия против сирийских войск. Необходимо отметить сенсационность подачи такой информации через несоответствие представлениям целевой аудитории, не осведомленной о планах европейских государств, что вызывает недовольство политическим оппонентом в лице России, поскольку отсутствие в аналитических статьях экспрессивной и

¹⁹⁰ Засурский Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. 296 с. ; Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. 320 с.

эмоционально-оценочной лексики предполагает нагнетание эмоционального напряжения за счет подобных средств экспрессии – в расчете на отсутствие объективной оценки события.

Эвокативный прием «дезинформация». Этот прием заключается в сознательном сообщении заведомо ложных сведений как относительно фактов, так и относительно контекстуального содержания. Контекстуальные, фоновые изменения в содержании новостной или публицистической информации производятся непосредственно в информационном потоке, когда к предыдущей информации может быть добавлена якобы уточняющая информация, которая на самом деле лишь запутывает реципиента и заставляет его утвердиться в ранее воспринятых ложных формулировках.

При использовании названного приема в информационных потоках медийного пространства совершаются следующие действия с информацией: изменение модуса, тональности, поляризации оценок, подмена понятий, искусственное создание оппозиции и противоречий. Техническая сторона дезинформированности и запутывания реципиентов среди информационных потоков как в медиа, так и простом информационном Интернет-пространстве может заключаться в следующих действиях:

1. Создание одноразовых ресурсов-клонов существующих информационных ресурсов, торговых и социальных сетей, при одновременном техническом уничтожении существующих сайтов и порталов.

2. Уничтожение следов присутствия информации или целых информационных потоков в виртуальном пространстве.

3. Подмена ресурсов с информацией нейтрально-информативной и специализированной тематики.

Если основные способы создания дезинформирующих потоков техническими средствами очевидны и могут быть проверены чисто технически, то дезинформационная работа на концептуальном и коннотативном уровне не столь очевидна.

Рассмотрим коннотативную дезинформацию на примере текста, опубликованного в информационном потоке, посвященном событиям в Сирии – «Russia Fortifies Its Position in Syria»¹⁹¹. Данный текст не является интенционно дезинформирующим – наоборот, предоставляет качественный и глубокий анализ дислокации войск РФ, сообщает о резком увеличении российского военного присутствия в Сирии, на авиабазе в Латакии. Однако, уточнение – база является авиабазой Башара аль Асада – создает обманчивое впечатление, что российские войска прибыли в Сирию для защиты исключительно названного политического лидера (*The Russian military deployment to the Bassel al Assad air base in Latakia, Syria, is continuing at a rapid tempo, Stratfor can confirm*). Действительно, в статье обсуждаются военные позиции, показываются спутниковые фотографии, относящиеся к разным датам, на которых изображен аэродром и прилегающая местность сначала без самолетов, военной техники и логистической инфраструктуры, потом фотографии с появившимися единицами военной техники (рис. 1). Но вывод о создании постоянной авиабазы в Латакии снова связывается с именем Башара Асада: «That Russia is centralizing this *equipment at the Bassel al Assad air base* indicates the probable intent to set up an actual Russian forward operating base at this location». Видимо, таким способом автор желает подчеркнуть, что наличие российской авиабазы в Сирии возможно исключительно при правлении Башара Асада, и предназначена она не для помощи сирийской армии, но для защиты режима этого политического лидера.

¹⁹¹ URL: <https://www.stratfor.com/analysis/russia-fortifies-its-position-syria>.

COMPARISON: SEPTEMBER 15 VS. SEPTEMBER 4

Sept. 15



Copyright Stratfor 2015 www.stratfor.com

STRATFOR
GLOBAL INTELLIGENCE

ALLSOURCE ANALYSIS

AIRBUS
DEFENCE & SPACE

Sept. 4



Copyright Stratfor 2015 www.stratfor.com

STRATFOR
GLOBAL INTELLIGENCE

ALLSOURCE ANALYSIS

AIRBUS
DEFENCE & SPACE

*Рисунок 1. Спутниковая фотография дислокации российских войск в Сирии американского аналитического агентства Стратфор.*¹⁹²

В данном тексте также препринята попытка полной инверсии – перекладывания привычных действий американцев на российскую сторону: российские войска обвиняются в незаконном вторжении в сирийское воздушное пространство. Упомянутым фактом вместе с Соединенными Штатами якобы обеспокоены соседние государства – Турция и Израиль: «Not only are the United States and Turkey concerned about interference from Russian jets in Syrian airspace, but Israeli Prime Minister Benjamin Netanyahu is already scheduled to meet with Russian President Vladimir Putin next week to try to reach an understanding on the limits of Russia's activities in an attempt to avoid interfering with Israel's watch on Hezbollah».

В тексте имплицитно используются такие приемы, как создание комплекса несуществующей вины РФ (вторжение в воздушное пространство Сирии, в то время как российские войска присутствуют на основании официального приглашения легитимного руководства страны), упрощение событий и их значимости (отсутствие каких-либо упоминаний о ведущихся боевых действиях законной сирийской армии против ИГИЛ), из которых складывается необъективность интерпретации факта военного российского присутствия в Сирии. Таким образом, несколько вроде бы незначительных деталей в интерпретации событий и текст производит на реципиента негативное впечатление после прочтения: остаются сомнения в легитимности присутствия войск РФ в Сирии.

В медийных текстах подобного типа встречаются приемы идеологической инверсии – перекладывания негативных черт, присутствующих в позиции идеологического оппонента: полуправда, инсинуация, фальшивая аргументация, многоаспектная, двусторонняя аргументация, эвфемизация информации, люкентекст, коннотативность революционности и прорывности событий и многие

¹⁹² URL: <https://www.stratfor.com>.

другие. Все перечисленные приемы являются модификациями ранее известных медийных приемов, рассмотренных еще Я.Н. Засурским в монографии «Техника дезинформации и обмана». Среди них встречается также яркая сенсационность подачи информации медийной аудитории, к которой в современности добавился мягкий вброс информации – незаметный, имплицитный, чаще рекламного характера, метакомпонент, представленный словами-названиями известных фирм, которые используются в тексте тематики. Среди языковых средств стоит отметить сложный политический эвфемизм, в основе которого согласно Я.Н. Засурскому и, как показывают тексты аналитических статей, находятся следующие:

1. «Использование слов широкого значения и родовых слов. В силу того, что семантика их сильно ослаблена, они представляют крайне незначительную, общую, расплывчатую информацию об описываемых явлениях, лишаящую их конкретных, характерных, дифференциальных признаков: *involvement, conflict, device, action, operation, program, center, reaction*.

2. Использование положительно коннотированных слов для создания ложной информации о событиях: *pacification, New Life hamlets, sanitized belt, protective reaction*.

3. Использование слов из бытовой лексики для снятия экстраординарности ситуации и сведения всех явлений к бытовым, будничным, привычным: *baby-nuke, weed-killer, pineapple bomb, spider bomb, guava bomblet*.

4. Метафоры как слова с экспрессивным значением, как выражения личностного отношения к явлениям: *gooks, dinks, slopes, VChornet's nest*.

5. Использование специфических терминов не для более точной, однозначной информации, а для полного ее сокрытия: *routine improvement of visibility in jungle areas, resources control, soft ordnance, civilian infrastructure, protective reaction*»¹⁹³.

Я.Н. Засурский отмечает, что подобная репрезентация информации о событиях служит для сообщения реципиенту ложной картины мира при

¹⁹³ Засурский Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. 296 с.

различных авторских интенциях, согласующихся с одной целью – дезинформировать получателя информации.

Как показывает анализ 800 ресурсов, посвященных репрезентации политических событий на международной арене, общая стратегия эвфемизации и метафоризации текстов становится преобладающей на большинстве из них. По критерию использования перечисленных средств, проанализированные нами ресурсы можно разделить на ресурсы, редакционная политика которых имплицитно одобряет их использование, и на ресурсы, копирующие репрезентацию событий у других источников, с которых они берут событийную информацию и способы, и приемы ее репрезентации. В итоге мы получили следующую картину (таблица 12).

Таблица 12. Источники информации по способу репрезентации информации

Источники информации	Получающие информацию (ежедневная газета)	Копирующие информацию с добавлением собственных комментариев (блоги)	Заимствующие способы репрезентации информации (еженедельная газета)	Преобразующие исходный способ репрезентации информации
ИТАР-ТАСС	The Times	Bruno Mellano's Weblog	The Weekly standard	Idividi
РИА-новости	Le Monde	Τρωκτικό (греч. грызун)	The Mainstream weekly	Радио-телевизија Србја
Interfax	New-York Times	ΠΡΟΣΟΧΗ_δαγκώνει!	Wochenzeitung	Geopolitika
Stratfor	Die Welt	Jan Spengler	Kalaallit Nunaata Radioa	The Hindu
Jamestown foundation	Le Figaro	Bloog Piotra Gadzinowskiego	Зеркало недели	Осинформ
Deutsche Welle	La stampa	Χατζάρας	Przegląd Tygodnik	Politiken
Итого: 110	Итого: 381	Итого: 22	Итого: 70	Итого: 200

Таким образом, за счет художественных, формальных и эвокативных средств осуществляется раскрутка медийного, эвокативного и рекламного продукта. Стоит отметить также в качестве новшества – люкентекст (от нем. Lücken – пробел, пропуск), когда один тип текстов создается по заданному грамматическому, лексическому, смысловому образцу, в пробелы которого подставляется новая информация. Разнообразие и сочетание используемых приемов зависит от типов текстов, скорости поступления информации, сложившихся стереотипов мышления журналистов и редакционной политики издания.

Выводы по главе 5

Реализуемые медийными кластерами эвокативные репрезентативные функции касаются различных аспектов медийной коммуникации на уровне информационных концептов с национальным, территориальным, историческим, политическим, экономическим, творческим и метатекстовым контекстом. Событийный ряд был рассмотрен в соответствии с верификационными, гипертекстовыми, ядерными и периферийными концептами. Медийный кластер текстов в Интернет-медиадискурсе объединяет часть всего корпуса медиатекстов, фиксирующих информацию и создающих информационный базис для порождения коммуникации в рамках медийного пространства. Медиатексты, входящие в данный кластер, и порождаемые ими гипертексты в мере будут выполнять соответствующую функцию. Границами кластера в медийном пространстве могут быть публикации одного СМИ и целого ряда СМИ, а также все производные медиатексты, находящиеся в различных сегментах виртуального пространства, объединенные одной темой и ремой. В порождаемых ими информационных потоках относительно происходящих событий будут возникать и распространяться сообщения, репрезентирующие в различных интерпретациях

одни и те же категории и подкатегории, которые были непосредственно акцентированы в исходных медиадискурсах.

Когнитивная модель репрезентативного воздействия представляет собой совокупность необходимой коммуникативной информации с целью дальнейшей компиляции и стереотипизации ее содержания. Информационное пространство потенциально содержит возможности для различных типов преобразования информации или приемов эвокативного воздействия на реципиентов. В процессе борьбы информационных потоков, различных интересов, редакционной политики ряда влиятельных крупных СМИ в медиадискурсе наблюдается применение таких приемов воздействия, как зеркало, дезинформация, сенсационность, контекстуальные изменения в новостном потоке. Подача информации медийной аудитории может включать яркую сенсационность, мягкий вброс информации рекламного характера, раскрутка продукта в разнообразных формах подачи одной и той же информации, что образует рассмотренные выше коммуникативно-ситуационные орнаменты из текстов и субдискурсов. При использовании названных приемов совершаются такие действия с информацией, как изменение модуса, тональности, поляризации оценок, подмена понятий, искусственное создание противоречий, мифологизация, упрощение событий и их значимости, коннотативность революционности и прорывности событий, необъективность оценок, идеологическая инверсия, полуправда, инсинуация, фальшивая, многоаспектная или двусторонняя аргументация, эвфемизация информации и многие другие.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследования эвокации в Интернет-медиадискурсе показали, что категория эвокации реализует репрезентативную функцию и выражает отношение медиатекста к действительности. Эвокация напрямую связана с коммуникативной ситуацией, носит преобразовательный характер и выполняет задачу конструирования реальности в медиадискурсе. При развертывании медиадискурса в виртуальном пространстве дискурсивная действительность преобразуется в соответствии с его характеристиками и благодаря эвокативным процессам находит свое отражение в отдельных медиатекстах. Коммуникативная эвокативная деятельность заключается в преобразовании объекта эвокации при помощи соответствующих средств в продукт эвокации. Объектом медийной эвокации становятся события, предметы и явления реальности во всей совокупности смыслов. Средствами эвокации могут выступать языковые, когнитивные, контекстуальные, семантические, метрические, визуальные, при помощи которых объекты репрезентируются в концепты, конструирующие в дальнейшем отражаемую реальность в медиадискурсе.

На уровне текста эвокативный процесс способствует вызыванию в памяти образов и формирует дискурсивную реальность за счет аллюзивного привлечения фоновых знаний реципиента. При эвокативном моделировании также происходит обращение к единицам знаний в когнитивной базе коммуниканта и реципиента информации.

Медиадискурс наиболее интересен с данной точки зрения, поскольку при продуцировании медиатекста происходит присоединение имеющихся у реципиентов знаний к новой информации и включение полученного образа в формируемый текстом событийный образ. Быстрое и массовое распространение информации в медиадискурсе способствует тому, что продуктом эвокации в нем становится не один концепт, но целый ряд концептов, объединенных одним кластером или концептуальной областью. Эвокативный процесс часто сообщает дискурсу концептуальную, фреймовую сценарную завершенность,

характеристику когерентности и адекватности отражаемого события коммуникативной ситуации и языковым средствам одновременно, поскольку ситуативные параметры и языковые средства художественной выразительности участвуют в создании продукта эвокации. Эвокативное свойство предполагает наличие апеллятивов к концептам компонентов матрицы коллективного сознания, которые используются в качестве конститутивных элементов в коммуникативных стратегиях и интенциях коммуникантов.

Таким образом, эвокация – это репрезентация реального мира в Интернет-медиадискурсе через размещение эвокативных продуктов в виртуальной реальности.

Процессы познания реального и виртуального мира имеют прямое отношение к процессу эвокации благодаря способности человеческой психики создавать ментальную реальность, которая структурирована концептами. Концептуальные области в свою очередь репрезентируют дискурс и в случае медиадискурса применяют эвокативный принцип репрезентации при освоении пользователем Интернет-пространства. Последнее является вторичным по отношению к реальности и воспринимается человеком в качестве константы, усваиваемой фрагментарно или в совокупности осознанных взаимозависимостей. Одним из важных условий постижения виртуальности является исчезновение ощущения пребывания в Интернете, что релевантно и для медиадискурса, развернутого в ней.

Интернет-медиадискурс большей частью оформлен вербально, аудио- и видеоматериалы передают информацию в виде тематически и формально взаимосвязанного дискурса, устные и письменные тексты сопровождают визуальную информацию практически постоянно. Виртуальный мир познается через выделение, осознание объектов, предметов, свойств, связей и закономерностей взаимодействия. Однако когерентное восприятие действительности достигается через концептуализацию и категоризацию предметов, их когерентизацию через установление связей и закономерностей взаимодействия между ними. Место эвокации среди перечисленных когнитивных

процессов – вызывание в памяти, репрезентация и концептуализация полученных знаний в картине мира реципиента. Таким образом, эвокация является необходимым условием когерентного восприятия мира, поскольку обеспечивает встраиваемость новых знаний в концептуальную картину мира, а также осознание реципиентом окружающего его мира.

Картина мира, сформированная на основе коммуникативных процессов и знаний, почерпнутых из виртуальности и реальности, состоит из тематических, рематических, верификационных, гипертекстовых информационных концептов, осознание и сочетание которых позволяет создавать новые единицы знаний, последовательности действий и поведенческие паттерны. В ходе исследований были установлены функциональные разновидности информационных концептов: концепт-алгоритм и концепт-образец действий. В первом случае предусматривается выполнение ряда действий по концептуализации и соотнесение с операцией синтеза знаний, во втором случае – наложение концептуальной структуры-образца на совокупность поступающих сигналов, установление связей с концептами, распределенными по различным частям имеющейся картины мира. Наглядным примером результата таких операций является фреймовая модель знания, которая обладает когерентностью, потенциалом к репрезентации и синтезу новых образов. Стоит отметить, однако, что при осмыслении объекта виртуальности осознаются не все его свойства, существующие в действительности.

Медиадискурс – одна из разновидностей дискурса, сознательная речемыслительная деятельность, тематически обусловленная в едином информационном континууме. Медийная составляющая данного дискурса подразумевает наличие определенного новостного контента и соответствующего ему семантического наполнения, коммуникативных микро- и макроправил, когнитивных алгоритмов накопления, передачи и интерпретации знаний. Отличительной чертой медиадискурса является трансформация фактологической, оценочной и субъективной информации в медиаконтент, опубликованный для большого количества реципиентов, имеющих общие и специфические черты.

Рассмотрение медиадискурса в качестве совокупности медиатекстов, имеющих схожие характеристики и взаимодействующих в медийном информационном пространстве, позволило нам изучить когнитивные способы образования знания, связанные с эвокацией коммуникативные процессы и роль СМИ в формировании значимых с точки зрения репрезентации контекстов. Анализ медиатекстов с дискурсивных позиций расфокусировал внимание исследователей, по обыкновению сосредоточенное исключительно на психологических и социальных аспектах медиадискурса и направить его на коммуникативные, лингвистические и когнитивные характеристики. В связи с установленными особенностями необходимо отметить наличие институциональности у медиадискурса, обусловленное работой с массовой аудиторией. Трансляция информации на массовую аудиторию происходит по дискурсивным правилам создания информационных концептов и потоков, регламентирующих интерпретацию предоставляемых сведений.

Медиатексты выстраивают гипертекстовые связи и создают медиадискурс, репрезентируя действительность в соответствии с устоявшимися правилами. Синтез и передача знаний о мире в медиадискурсе воплощается в сложном когерентном речевом сообщении, содержащем фактические сведения о событии, фоновых знаниях в теме, новых – в реме, индивидуальном опыте реципиента, схожем с репрезентируемыми в нем событиями.

Исследование когнитивных структур проводилось на основе матричного анализа концептов, репрезентирующих тему медиатекста в заголовке сообщения. Общая тематика объединяет медиатексты, отражая определенную концептуальную область и сферу коллективного сознания. Дискурсивный подход облегчил рассмотрение больших сегментов, состоящих из определенного числа медиатекстов, посвященных одной тематике и выстраивающий отдельный информационный поток. Матричный формат работы с сегментами медиадискурса позволил выделить социально значимые концептуальные области, относящиеся к компонентам коллективного сознания. Эвокативный методологический компонент в когнитивном матричном анализе заключался в возможности

когерентного рассмотрения медиатекста в качестве конечного продукта эвокации, свернутого в информационный концепт заголовка.

Медиатексты одной тематики репрезентируют новостной информационный поток, который выстраивает сегмент концептуального знания, используя определенные типы концептов, которые задействованы в частях медиадискурса, их концентрацию и специфику. Таким образом, в качестве оперативной единицы медиадискурса выделяется информационный концепт, передающий вербальное и невербальное содержание в медийном пространстве. В информационном концепте выделяется темарематическое ядро, в котором с темой сообщения органично сочетаются новостные рематические концепты. По объединению этих единиц обозначается тематическая отнесенность к концептуальной области, соответствующая компоненту матрицы коллективного сознания. Тематические элементы ядра семантически связаны с актуальной темой и одновременно активными концептуальными областями – компонентами матрицы коллективного сознания. Рематические элементы – с актуальными событиями, с лицами, предметами и явлениями реального мира, репрезентирующими новую информацию, периферические виртуальные и структурные составляющие – с уже зафиксированными в виртуальной реальности элементами, связь с которыми позволяет репрезентировать информацию о реальном мире в Интернет-медиадискурсе.

Ядро информационного концепта представляет собой когерентный образ события. Периферийные части информационного концепта раскрываются непосредственно в медиатексте и соответствуют когнитивным структурам «участники события», «время», «место», «интенция», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация».

Их можно условно разделить на несущие информацию о реальном мире и на адаптирующие информацию к Интернет-медиадискурсу. Периферийные составляющие информационного концепта необходимы для интерпретации сообщения, раскрытия подробностей события, а также встраиваемости в

виртуальное медийное пространство при условии сохранения функции репрезентации и передачи информации массовой аудитории.

В ходе исследования были установлены следующие типы концептов: тематические, рематические, верификационные, социологические и культурные. Информационный концепт становится единицей универсального медийного кода и распределяется по концептуальным областям в соответствии с репрезентативной функцией соответствующего компонента матрицы коллективного сознания. Коллективное сознание в медиадискурсе формирует особое ментальное пространство, которое вместе с функцией регуляции и моделирования общественных отношений реализует функцию хранения и накопления знаний о мире, о ценностях и достижениях этноса, об окружающих людях. Создаваемое коллективным сознанием ментальное пространство помогает членам общества осваивать окружающий мир, накапливать жизненный опыт и передавать знания последующим поколениям. В матрице коллективного сознания заключен общий код общественного устройства того или иного этноса, а также парадигма социальных процессов, компоненты которых находят свое отражение в медиадискурсе.

Интернет-медиадискурс эксплицирует многие из указанных процессов, что позволило нам смоделировать матрицу коллективного сознания по отдельным информационным концептам, используя принцип выделения области их синтагматических и парадигмальных отношений. Матрица коллективного сознания построена на пересечениях концептуальных областей с разновидностями информационных концептов. По вертикали были расположены следующие концептуальные области: территория, время, этнос, политическая и экономическая ситуация, творчество, медийное пространство. По горизонтали – типы информационных концептов: ядерные тематические и рематические, верификационные, периферийные, гипертекстовые тематические и рематические. Концептуальные области выделены по содержательному признаку, типы медийных концептов – по информационной функции.

Первые три содержательных компонента являются особо значимыми с точки зрения выбранного материала для исследования – дискурса международной аналитики: территория, время, этнос, и дискурса новостей: политическая и экономическая ситуация. Концептуальные области «территория», «время» и «этнос» ориентируют дискурс относительно географического положения, динамики времени, в страноведческих знаниях и этнических характеристиках. Компонент «политическая и экономическая ситуация» освещает события, происходящие в настоящий момент или актуальные для современной повестки дня из значимых сфер общественной жизни. Актуализация определенного типа информационных концептов в концептуальной области свидетельствует о создании медиатекстов с определенной авторской интенцией или соответствующей медийной функцией в широком понимании. Наличие и преобладание таких концептов может относить медиатексты к одному кластеру, который выполняет определенную функцию и может быть выделен из общей совокупности информационных потоков для последующего, более детального и предметного анализа медиатекстов.

Основное средство объединения медиатекстов в информационные потоки и средство достижения понимания – это язык медиадискурса, позволяющий интерпретировать и адаптировать когнитивные системы множества культур, которые могут не совпадать даже при наличии схожих концептуальных картин мира. Новая информация вместе с рематическими концептами встраивается в картину мира реципиента, а через многократное повторение в медиатекстах попадает в матрицу коллективного сознания. После встраивания в МКС рематическая информация больше не воспринимается новой и не маркируется в качестве новых знаний о чуждой культуре.

Формирование мировоззрения массового реципиента в Интернет-медиадискурсе происходит на базе интерактивной коммуникации, протекающей осознанно на основе выделенных компонентов матрицы коллективного сознания. Оперативными единицами этого коммуникативного процесса становятся вербализованные в них информационные концепты. Отличительной чертой

подобных концептов является наличие виртуальной составляющей в структуре сигнификата. Так проявляется в информационных концептах интерактивная коммуникация, формирующая в свою очередь усеченный вариант объективно отражаемой реальности, позволяющий находящимся в ней индивидам налаживать коммуникацию, вырабатывать поведенческие паттерны и сценарии коммуникативного взаимодействия.

Эвокативные аспекты интерактивной коммуникации в медиадискурсе связаны с особенностями обмена информацией между коммуникантами. Указанные особенности регулируют степень достоверности и мобильности информации, восприимчивость к ней реципиентов. При рассмотрении эвокации в качестве коммуникативного процесса выясняется, что в ходе преобразования объекта в продукт эвокации коммуниканты находят и используют общие эвокативные средства, что возможно при совместном определении точек соприкосновения и путей достижения объективно совпадающих целей.

Эвокативное воздействие в Интернет-медиадискурсе происходит при восприятии реципиентами информационного потока одной направленности, предусматривающее активное убеждение, объективную или субъективную презентацию события и общей картины мира. Эвокативное воздействие в целом отличается сохранением коммуникативных интенций реципиента, а также объединением их с интенциями субъекта путем убеждения в правильности подхода эвокатора через моделирование медиадискурса, эвокативный анализ и синтез. Отдельные приемы преобразования текстовой семантики активируют в картине мира реципиента те концепты, к которым апеллируют информационные концепты, вызывая в памяти реципиента те образы, которые органично вписаны в картину мира и не вызывают отторжения. Благодаря эвокации коммуникативный процесс в медиадискурсе корректируется в сторону разрешения противоречий и поиска общих целей.

Свободное моделирование хода коммуникации и интерактивной коммуникативной ситуации согласно интенциям эвокатора обусловлено исключительно динамикой коммуникации, по завершении которой реципиенты

успешно встраивают полученные концепты в свою картину мира, не считая их навязанными извне, что может происходить при чрезмерно агрессивной рекламе или пропаганде идей. Эвокация показывает имплицитные коммуникативные интенции, способствует переосмыслению и частичной перекодировке картины мира, нейтрализации фреймовых переходов между концептами при сохранении когерентного образа предмета.

Таким образом, эвокативное моделирование – это конструирование в медиатексте информационной модели представлений коммуниканта о событиях, объектах, предметах и явлениях реальной действительности. В результате могут получиться динамические и статические модели медиадискурса: динамические предполагают большую интенсивность медийных потоков, статические – постепенный последовательный процесс проникновения информационных концептов в картину мира реципиента. Последние характеризуются статикой образа, когерентностью сообщений, многократностью повторов, чаще положительным коннотативным содержанием, новостной и социально-ориентированной тематикой.

В ходе исследований эвокативных процессов медиадискурса проявился своеобразный механизм коллективного самосохранения при использовании концептов, репрезентирующих знания об этносе: при упоминании этнических характеристик не происходит разрушения концептуальных областей и разрушения картины мира реципиента.

Проведя когерентный контент-срез разноязычных моделей СМИ для сравнения эвокативного состояния относительно компонентов матрицы коллективного сознания, мы пришли к выводу, что отдельный медиаресурс способен продуцировать эвокативный эффект при моделировании сообщения, которое может быть стабилизирующим или деструктивным в отношении к МКС. Стабилизирующая модель СМИ имеет новостной информативный формат, представляющий реципиенту информацию в доступно-объективном виде. Деструктивная модель СМИ также может выполнять информационную функцию, но предоставлять информацию о событиях в сознательно искаженной трактовке.

При возрастающем потоке деструктивных медиатекстов опасность дестабилизации МКС может существенно возрастать.

В медиатекстах используется сознательно усеченный авторами вариант реальности: при неправильной подаче, интерпретации событий в МКС создается модель квазиреальности, оставляя массовому реципиенту минимум возможностей для логического осмысления освещаемого события. Матрица коллективного сознания является информационной средой для создания когерентных моделей реальности и квазиреальности, что свидетельствует о потребности человека создавать индивидуальную картину мира, опираясь на коллективный опыт, семантически сбалансированную, категоризованную, позволяющую систематизировать постоянно поступающие потоки информации.

Сегодня, благодаря техническим возможностям интерактивной коммуникации, визуализуется и структурируется сфера ментальной и духовной жизни людей, протекает в тесном взаимодействии с другими. В медиадискурсе взаимодействие коммуникантов сводится к восприятию, осмыслению, усвоению или игнорированию поступающей информации.

Совокупность медиатекстов, продуцируемых СМИ, создает тематическое поле, формирующее информационные концепты, соответствующие представленной в нем картине мира. В виртуальном пространстве формируются целые кластеры медиатекстов, связанных репрезентацией информационных концептов, и выполняющих определенные коммуникативные функции в рамках медиадискурса. Каждый кластер решает свою собственную задачу, которая связана со спецификой концептов и концептуальных областей. Кластерный анализ медиатекстов на предмет эвокативного воздействия и реализуемых коммуникативных функций показал, что данные функции касаются различных аспектов медийной коммуникации на уровне информационных концептов в соотношении с матричными смысловыми компонентами.

Входящие в отдельный кластер медиатексты и создаваемые ими медиатексты в гипертекстовых связях обуславливают базис для возникновения

информационных потоков, чьи составные части могут находиться в различных сегментах виртуального пространства.

Когнитивная модель репрезентативного воздействия в таких кластерах предоставляет собой конгломерат необходимой коммуникативной информации с целью дальнейшей компиляции, стереотипизации ее содержания и передаче в производных медиатекстах. Интернет-медиадискурс потенциален в возможности различных типов преобразований информации и приемов эвокативного воздействия на реципиентов. В процессе взаимного влияния информационных потоков в медиадискурсе наблюдается целый ряд приемов эвокативного воздействия различного генеза. Некоторые из них были рассмотрены подробно с целью осмысления коммуникативно-ситуационного орнамента из медиатекстов, воплощающих глобальное коммуникативное действие, вносящее значительные изменения в ход информационных потоков. Однако дальнейшее исследование столь сложных явлений медийной действительности представляется возможным в рамках последующих научных изысканий по настоящей тематике.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ИК – информационный концепт

КСО – коммуникативно-ситуативный орнамент

МИК – матричные информационные концепты

МКС – матрица коллективного сознания

МКТ – медийный кластер текстов

МСК – матричные смысловые компоненты

СМИ – средство массовой информации

ЧИК – чистый информационный концепт

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Апресян, Ю. Д. Образ человека по данным языка [Текст] : попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37–67.
2. Арнольд, И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность [Текст] / И. В. Арнольд ; науч. ред. П. Е. Бухаркин. – Изд. 3-е. – Москва : Либроком, 2013. – 448 с.
3. Арутюнова, Н. Д. Речевой акт [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Совет. энцикл., 1990. – С. 412–413.
4. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека [Текст] / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – Москва : Языки рус. культуры, 1999. – 896 с.
5. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства [Текст] : дис. ... канд. филол. наук / Н. Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – 265 с.
6. Бабенко, Н. Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке [Текст] / Н. Г. Бабенко. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. – 183 с.
7. Балли, Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка [Текст] / Ш. Балли. – Москва : Изд-во иностр. лит., 1955. – 416 с.
8. Баруздина, С. А. Основные тенденции современного образа времени [Текст] / С. А. Баруздина // Риторика ↔ лингвистика : сб. науч. ст. – Смоленск : СмолГУ, 2008. – Вып. 7. – С. 32–36.
9. Баруздина, С. А. Художественное отражение психологического времени [Текст] : (на материале нем. яз.) / С. А. Баруздина // Филологическому семинару – 40 лет : сб. тр. науч. конф. «Современные пути исследования литературы». – Смоленск : СмолГУ, 2008. – Т. 2. – С. 252–256.
10. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров [Текст] / М. М. Бахтин // Собрание сочинений / М. М. Бахтин. – Москва : Рус. словари, 1996. – Т. 5 : Работы 1940–1960 гг. – С. 159–206.

11. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества [Текст] / М. М. Бахтин. – Москва : Худож. лит., 1979. – 412 с.
12. Бенвенист, Э. Общая лингвистика [Текст] / Э. Бенвенист. – Москва : УРСС, 2002. – 448 с.
13. Богданов, В. В. Текст и текстовое сообщение [Текст] / В. В. Богданов. – СПб : СПбГУ, 1993. – 67 с.
14. Болдырев, Н. Н. Значение и смысл с когнитивной точки зрения и проблема многозначности [Текст] / Н. Н. Болдырев // Материалы Второго междунаро. семинара по когнитив. лингвистике : в 2 ч. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2000. – Ч. 1.
15. Болдырев, Н. Н. Категориальная система языка : когнитивный подход [Текст] / Н. Н. Болдырев // В лабиринте сознания, времени и языка : сб. ст. в честь 80-летия проф. В. Г. Руделева. – Тамбов : Издат. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2013. – С. 52–67.
16. Болдырев, Н. Н. Концепт "подъем" и репрезентирующие его глаголы в современном английском языке [Текст] / Н. Н. Болдырев, М. Ю. Белау // Композиционная семантика : материалы Третьей междунаро. шк.-семинара по когнитив. лингвистике. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – С. 79–81.
17. Болдырев, Н. Н. О диалектном концепте в когнитивной системе языка [Текст] / Н. Н. Болдырев, В. Г. Куликов // Известия Рос. акад. наук. Сер. литературы и языка. – 2006. – Т. 65, № 3. – С. 3–13.
18. Болдырев, Н. Н. О метаязыке когнитивной лингвистики [Текст] : концепт как единица знания / Н. Н. Болдырев // Когнитивные исследования языка : сб. науч. тр. – Москва : Ин-т языкознания РАН ; Тамбов : Издат. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2011. – Вып. IX : Взаимодействие когнитивных и языковых структур. – С. 23–32.
19. Болдырев, Н. Н. О типологии знаний и их репрезентации в языке [Текст] / Н. Н. Болдырев // Типы знаний и их репрезентация в языке : сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2007. – С. 12–28.

20. Болдырев, Н. Н. Проблемы исследования языкового знания [Текст] / Н. Н. Болдырев // Концептуальный анализ языка: современные направления исследования : сб. науч. тр. / Рос. акад. наук, Ин-т языкознания. – Москва : [б. и.], 2007. – С. 95–108.
21. Борботько, В. Г. Апория как тип аффекта и психосинергетика рефлексии [Текст] / В. Г. Борботько // Вопросы психолингвистики. – 2014. – № 3. – С. 8–17.
22. Борботько, В. Г. Идея и факт в речевом моделировании смысла [Текст] / В. Г. Борботько // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты : межвуз. сб. науч. тр. – Сочи : РИО СГУ, 2011. – Вып. 16. – С. 35–43.
23. Борботько, В. Г. Концепты и перцепты в модели языкового сознания [Текст] / В. Г. Борботько // Жизнь языка в культуре и социуме : материалы междунаро. науч. конф. – Москва : Ин-т языкознания РАН, 2010. – С. 125–126.
24. Борботько, В. Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике [Текст] / В. Г. Борботько. – Изд. 4-е. – Москва : Либроком, 2011. – 288 с.
25. Борботько, В. Г. Проблемы и методы общего языкознания [Текст] : материалы лекцион. курса: учеб. пособие для студентов филолог. специальностей / В. Г. Борботько. – Изд. 2-е, испр. – Сочи: СГУ, 2011. – 75с.
26. Борботько, В. Г. Психосинергетика *quiproquo* в диалоге лингвокультур [Текст] / В. Г. Борботько // Жизнь языка в культуре и социуме-2 : материалы междунаро. науч. конф. – Москва : Ин-т языкознания РАН, 2011. – С. 177–180.
27. Борботько, В. Г. Формы концептуализации идей как ценностей культуры в языковом сознании [Текст] / В. Г. Борботько // Жизнь языка в культуре и социуме-3 : материалы междунаро. науч. конф. – Москва : Ин-т языкознания РАН, 2012. – С. 5–7.
28. Борботько, В. Г. Элементы языковедения [Текст] : учеб. пособие для студентов лингвист. специальностей / В. Г. Борботько. – Сочи : СГУ, 2014. – 75 с.
29. Борчиков, С. А. Метафизика виртуальности [Текст] / С. А. Борчиков. – Москва : [б. и.], 2000. – 49 с.

30. Будагов, Р. А. Язык и культура [Текст] : хрестоматия : в 3 ч. / Р. А. Будагов. – Москва : Добросвет-2000, 2001. – Ч. 1. – 192 с.
31. Бюлер, К. Теория языка. Репрезентативная функция языка [Текст] / К. Бюлер. – Москва : Прогресс, 2000. – 502 с.
32. Ваганова, Е. В. Особенности языкового сознания представителей технической и гуманитарной корпоративных культур [Текст] : моногр. / Е. В. Ваганова. – Челябинск : Издат. центр ЮУрГУ, 2011. – 109 с.
33. Вартанова, Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики [Текст] / Е. Л. Вартанова. – Москва : МедиаМир, 2013. – 278 с.
34. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] / Е. Л. Вартанова. – Москва : Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
35. Василенко, Т.Н., Ожмегова, Ю.В., Савочкина, Е.А., Сим, О.А., Чувакин, А.А. Новые возможности лингвоэвокационных исследований [Текст] / Т.Н. Василенко, Ю.В. Ожмегова, Е.А. Савочкина, О.А. Сим, А.А. Чувакин // Сибирский филологический журнал. – 2007. – № 3. – С. 83–95.
36. Васильев, Л. М. Теоретические проблемы общей лингвистики, славистики, русистики [Текст] : сб. избр. ст. / Л. М. Васильев. – Уфа : РИО БашГУ, 2006. – 524 с.
37. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание [Текст] / А. Вежбицкая. – Москва : Рус. словари, 1997. – 412 с.
38. Везнер, С. И. Взаимодействие коммуникативной деятельности и деятельности по воспитанию как реализация принципа когнитивности коммуникации [Текст] : (на материале брачных объявлений) / С. И. Везнер // Сибирский педагогический журнал. – 2007. – № 5. – С. 155–160.
39. Везнер, С. И. Объект эвокации в тексте брачного объявления [Текст] / С. И. Везнер // Аспирантский сборник НГПУ-2005 : (по материалам науч. исслед. аспирантов, соискателей, докторантов) : в 3 ч. – Новосибирск : [б. и.], 2005. – Ч. 2. – С. 99–104.

40. Виноградов, В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове [Текст] / В. В. Виноградов ; под ред. Г. А. Золотовой. – 4-е изд. – Москва : Рус. яз., 2001. – 720 с.
41. Виноградова, Т. Ю. Специфика общения в Интернете [Текст] / Т. Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология : лингвокультурный аспект : сб. ст. – Казань : Казан. гос. ун-т, 2004. – С. 63–67.
42. Винокур, Т. Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения [Текст] / Т. Г. Винокур. – Москва : Либроком, 2009. – 153 с.
43. Винокур, Т. Г. Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего [Текст] / Т. Г. Винокур // Русский язык в его функционировании : коммуникативно-прагматический аспект / Т. Г. Винокур. – Москва : Наука, 1993. – С. 58.
44. Волошинов, В. Н. Стилистика художественной речи [Текст]. Ст. вторая. Конструкция высказывания / В. Н. Ворошинов // Литературная учеба. – 1930. – № 3.
45. Волошинов, В. Н. Философия и социология гуманитарных наук [Текст] / В. Н. Волошинов. – СПб : Аста Пресс Ltd, 1995. – 382 с.
46. Воробьев, В. В. Лингвокультурология [Текст] : (теория и методы) / В. В. Воробьев. – Москва : Изд-во РУДН, 1997. – 331 с.
47. Воронцова, Т. А. Границы стилистики и стиля в современной научной парадигме [Текст] / Т. А. Воронцова // Дискурс и стиль : теоретические и прикладные аспекты : коллектив. моногр. / под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. – Москва : Флинта : Наука, 2014. – С. 27–32.
48. Воронцова, Т. А. Особенности мужской и женской речи в различных типах разговорного диалога [Текст] / Т. А. Воронцова // Социальные варианты языка. – Нижний Новгород : НГЛУ, 2002. – С. 47–50.
49. Воронцова, Т. А. Публичный полилог как предмет риторического исследования [Текст] / Т. А. Воронцова // Лингвориторическая парадигма : теоретические и прикладные аспекты : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. проф. А. А. Ворожбитовой. – Сочи : СГУТиКД, 2008. – Вып. 11. – С. 44–49.

50. Воронцова, Т. А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство [Текст] / Т. А. Воронцова. – Ижевск : Издат. дом «Удмурт. ун-т», 2006. – 252 с.
51. Выготский, Л. С. Мышление и речь [Текст] / Л. С. Выготский. – Изд. 5, испр. – Москва : Лабиринт, 1999. – 352 с.
52. Выготский, Л. С. О двух направлениях в понимании эмоций в зарубежной психологии в начале XX века [Текст] / Л. С. Выготский // Вопросы психологии. – 1968. – № 2. – С. 149–159.
53. Выготский, Л. С. Собрание сочинений [Текст] : в 6 т. / Л. С. Выготский. – Москва : Педагогика, 1982. – Т. 1 : Вопросы теории и истории психологии – 488 с.
54. Выготский, Л. С. Этюды по истории поведения [Текст] / Л. С. Выготский, А. Р. Лурия. – Москва : Педагогика-Пресс, 1993. – 224 с.
55. Гаврилова, Е. Д. Репрезентация знаний оценочного характера в языке [Текст] / Е. Д. Гаврилова // Типы знаний и их репрезентация в языке : сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2007. – С. 140–149.
56. Галкин, Д. В. Виртуальный дискурс в культуре постмодерна [Текст] / Д. В. Галкин // Критика и семиотика. – 2000. – Вып. 1–2. – С. 26–34.
57. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И. Р. Гальперин. – Москва : Наука, 1981. – 140 с.
58. Гачев, Г. Д. Ментальности народов мира [Текст] / Г. Д. Гачев. – Москва : ЭКСМО, 2003. – 544 с.
59. Герасимов, В. И. На пути к когнитивной модели языка [Текст] / В. И. Герасимов, В. В. Петров // Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка. – Москва : Прогресс, 1988. – Вып. 23. – С. 5–11.
60. Голев, Н. Д. Принцип детерминизма и его значение для исследования языка [Текст] : методологический аспект / Н. Д. Голев, Л. А. Кощей, А. А. Чувакин // Функционирование значимых единиц языка : детерминационные отношения в системе и тексте. – Барнаул, 1990. – Деп. ИНИОН 12.03.1990, № 41306.

61. Голованова, Е. И. Категория профессионального деятеля [Текст] : формирование, развитие, статус в языке / Е. И. Голованова ; Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН, Челяб. гос. ун-т. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Эллис, 2008. – 304 с.
62. Горелов, И. Безмолвный знак [Текст] : рассказы о невербальной коммуникации / И. Горелов, В. Енгальчев. – Москва : Молодая гвардия, 1991. – 240 с.
63. Город как средоточие коммуникаций [Текст] : моногр. / авт.-сост.: А. А. Чувакин [и др.] ; науч. рук. Л. П. Холодова. – Екатеринбург : Архитектон, 2009. – 300 с.
64. Гриценко, Л. М. Особенности виртуального дискурса [Текст] / Л. М. Гриценко // Молодой ученый. – 2011. – Т. 2, № 6. – С. 17–20.
65. Дейк, Т.А. ван. Дискурс и власть [Текст] : репрезентация доминирования в языке и коммуникации : пер. с англ. / Т. ван Дейк. – Москва : Кн. дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 344 с.
66. Дейк, Т. А. ван. К определению дискурса [Электронный ресурс] / Т. А. ван Дейк ; пер. с англ. Д. А. Дерябина // Ideology : A Multidisciplinary Approach / Teun van Dijk. – London : Sage, 1998. – Режим доступа: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>.
67. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т. А. ван Дейк. – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
68. Дементьев, В. В. Теория речевых жанров [Текст] / В. В. Дементьев. – Москва : Знак, 2010. – 594 с.
69. Дзялошинский, И. М. Медиапространство России [Текст] : коммуникационные стратегии социальных институтов : моногр. / И. М. Дзялошинский. – М. : Изд-во АПК и ППРО, 2013. – 479 с.
70. Добровольский, Д. О. Национально-культурная специфика во фразеологии [Текст] / Д. О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 1997. – № 6. – С. 48–57.

71. Добросклонская, Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20-33.
72. Дроздова, Т. В. Репрезентация концептов в научном тексте [Текст] : (опыт концептуального анализа) / Т. В. Дроздова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. – № 1. – С. 31–35.
73. Дубовицкая, Е. Ю. Аппроксимация как прототипическая категория [Текст] / Е. Ю. Дубовицкая // Типы знаний и их репрезентация в языке : сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2007. – С. 150–156.
74. Дугин, А. Г. Этносоциология [Текст] / А. Г. Дугин. – Москва : Академ. проект, 2011. – 640 с.
75. Дюркгейм, Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение [Текст] / Э. Дюркгейм ; пер. с фр., сост., послесл. и примеч. А. Б. Гофмана. – Москва : Канон, 1995. – 352 с.
76. Ерофеева, Т. И. Дифференциация речевой продукции по полу говорящего [Текст] / Т. И. Ерофеева, Ж. С. Загоруйко // Проблемы коммуникации и номинации в концепции общегуманитарного знания : сб. науч. тр. в честь проф. Людмилы Александровны Шкатовой / отв. ред. Л. А. Месеняшина ; Челяб. гос. ун-т. – Челябинск : [б. и.], 1999. – С. 105–110.
77. Залевская, А. А. Введение в психолингвистику [Текст] : учеб. / А. А. Залевская. – Москва : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1999. – 382 с.
78. Залевская, А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст [Текст] : избр. тр. / А. А. Залевская. – Москва : Гнозис, 2005. – 543 с.
79. Замятина, Н. Ю. Смысл положения [Текст] : место в ментально-географических пространствах / Н. Ю. Замятина // Культурная география. – 2011. – № 4. – С. 60–68.
80. Засурский, Я. Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика, 2008–2013 [Текст] / Я. Н. Засурский. – Москва : Медиа Мир, 2013. – 296 с.

81. Засурский, Я. Н. Техника дезинформации и обмана [Текст] / Я. Н. Засурский. – Москва : Кн. по Требованию, 2013. – 244 с.
82. Звегинцев, В. А. Язык и лингвистическая теория [Текст] / В. А. Звегинцев. – Москва : Эдиториал УРСС, 2011. – 248 с.
83. Землянова, Л. М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики [Текст] / Л. М. Землянова. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2010. – 271 с.
84. Землянова, Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке [Текст] / Л. М. Землянова. – Москва : Медиа Мир, 2012. – 187 с.
85. Зусман, В. Концепт в системе гуманитарного знания [Текст] / В. Зусман // Вопросы литературы. – 2003. – № 2. – С. 3–29.
86. Ильин, И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм [Текст] / И. П. Ильин. – Москва : Интрада, 1996. – 225 с.
87. Иная ментальность [Текст] / В. И. Карасик [и др.]. – Москва : Гнозис, 2005. – 352 с.
88. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам [Текст] : пер. с англ. / под ред. Румин Ислам. – Москва : Альпина Паблишерз, 2010. – 293 с.
89. Исхакова, З. З. Эмотивный дейксис и его декодирование в семиосфере [Текст] : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Исхакова Земфира Зульфугаровна. – Уфа, 2012. – 53 с.
90. К проблеме деривационной текстологии [Текст] / А. А. Чувакин [и др.] // Человек – Коммуникация – Текст. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2000. – Вып. 4. – С. 5–28.
91. Калмыков, А. А. Медиалогия Интернета [Текст] / А. А. Калмыков ; предисл. С. В. Клягина. – Москва : Либроком, 2013. – 272 с.
92. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляции сознанием. Век XXI [Текст] / С. Г. Кара-Мурза. – Москва : Алгоритм, 2015. – 521 с.

93. Карасик, В. И. Культурные доминанты в языке [Текст] / В. И. Карасик // Языковая личность: культурные концепты : сб. науч. тр. – Волгоград ; Архангельск : Перемена, 1996. – С. 3–16.
94. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
95. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю. Н. Караулов. – Москва : Наука, 1987. – 198 с.
96. Караулов, Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса [Текст] / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров // Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк ; сост. В. В. Петрова. – Москва : Прогресс, 1989. – С. 5–11.
97. Кастронова, Э. Бегство в виртуальный мир [Текст] / Э. Кастронова ; пер. с англ. М. Островской. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 224 с.
98. Кацнельсон, С. Д. Общее и типологическое языкознание [Текст] / С. Д. Кацнельсон. – Ленинград : Наука, 1986. – 297 с.
99. Китайгородская, М. В. Языковое существование современного горожанина [Текст] : на материале языка Москвы / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – Москва : Языки славян. культур, 2010. – 496 с.
100. Китайгородская, М. В. Современная городская коммуникация : тенденция развития [Текст] : (на материале языка Москвы) / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – Москва : Языки рус. культуры, 2000. – С. 345–383.
101. Князев, А. Основы тележурналистики и телерепортажа [Текст] : учеб. пособие / А. Князев. – Бишкек : КРСУ. – 2001. – 160 с.
102. Кобозева, И. М. Лингвистическая семантика [Текст] : учеб. пособие / И. М. Кобозева. – Москва : Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.
103. Ковальчукова, М. А. Новостной анонс в сети Интернет как речевой жанр дискурса СМИ [Текст] : дис. ... канд. филол. / Ковальчукова Мария Александровна. – Ижевск, 2009. – 169 с.

104. Кожемякин, Е. А. Блогожурналистика как интердискурсный феномен [Текст] / Е. А. Кожемякин, А. А. Попов // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. – 2010. – № 24, вып. 8. – С. 201–209.
105. Кожемякин, Е. А. Дискурсный подход к изучению институциональной культуры [Текст] / Е. А. Кожемякин. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2008. – 243 с.
106. Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс [Текст] : к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. – 2010. – № 12, вып. 6. – С. 13–21.
107. Колшанский, Г. В. Паралингвистика [Текст] / Г. В. Колшанский. – Изд. 5-е. – Москва : Ленанд, 2014. – 100 с.
108. Коновалова, М. В. Эвокационное воздействие в публицистическом дискурсе [Текст] : на примере информационной волны / М. В. Коновалова // Вестник Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология и искусствоведение. – 2011. – № 33. – С. 72–75.
109. Конфедерат, О. В. Предельная интерпретация в аналоговом и цифровом отражении реальности [Текст] : набросок к постфеноменологии восприятия / О. В. Конфедерат. – Челябинск : Энциклопедия, 2011. – 116 с.
110. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики [Текст] / С. Г. Корконосенко. – Москва : Аспект Пресс, 2006. – 287 с.
111. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? [Текст] / В. В. Красных. – Москва : Гнозис, 2003. – 375 с.
112. Красных, В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации [Текст] / В. В. Красных. – Москва : Гнозис, 2003. – 375 с.
113. Кронгауз, М. А. Обращения как способ моделирования коммуникативного пространства [Текст] / М. А. Кронгауз // Логический анализ языка : образ человека в культуре и языке. – Москва : Индрик, 1999. – С. 130–131.
114. Кубрякова, Е. С. Виды пространства, текста и дискурса [Текст] / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Категоризация мира : пространство и время : материалы науч. конф. / Моск. гос. ун-т. – Москва : Диалог-МГУ, 1997. – С. 19–20.

115. Кузнецова, Н. В. Публицистический текст [Текст] : лингвист. анализ : учеб. пособие / Н. В. Кузнецова, О. В. Трофимова. – Москва : Флинта : Наука, 2010. – 183 с.
116. Куликов, В. Г. Коллективная матрица и локальные концепты в диалектных исследованиях [Текст] / В. Г. Куликов // Вестник Тюмен. гос. ун-та. – 2005. – № 2. – С. 193–201.
117. Лазарева, Э. А. Дискурс массовых коммуникаций: проблемы интертекстуальности [Текст] / Э. А. Лазарева // Человек – Коммуникация – Текст : сб. ст. / под ред. А. А. Чувакина. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2000. – Вып. 4 – С. 76.
118. Лазарева, Э. А. Системно-стилистические характеристики газеты [Текст] / Э. А. Лазарева. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1993. – 165 с.
119. Лакофф, Дж. Когнитивная семантика [Текст] : (из кн. «Женщины, огонь и опасные предметы») / Дж. Лакофф // Язык и интеллект : сб. ст. : пер. с англ. и нем. / под ред. В. В. Петрова. – Москва : Прогресс, 1996. – С. 143–184.
120. Левицкий, Ю. А. Лингвистика текста [Текст] / Ю. А. Левицкий. Москва : Высшая шк., 2006. – 208 с.
121. Левицкий, Ю. А. Проблемы лингвистики текста [Текст] : учеб. пособие / Ю. А. Левицкий. – Пермь : РИО Перм. гос. пед. ун-та, 2002. – 107 с.
122. Леонтьев, А. А. Основы психолингвистики [Текст] : учеб. / А. А. Леонтьев. – Москва : Смысл, 1999. – 287 с.
123. Леонтьев, А. А. Язык, речь, речевая деятельность [Текст] / А. А. Леонтьев. – Москва : Просвещение, 1969. – 216 с.
124. Леонтьев, А. А. Психолингвистическая структура значения [Текст] / А. А. Леонтьев // Семантическая структура слова : психолингвист. исслед. – Москва : Наука, 1972. – С. 7–19.
125. Леонтьев, А. Н. Проблемы развития психики [Текст] / А. Н. Леонтьев. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1972. – 575 с.
126. Лихачев, Д. С. Избранное [Текст] : мысли о жизни, истории, культуре / Д. С. Лихачев. – Москва : РФК, 2006. – 334 с.

127. Лихачев, Д. С. Заметки и наблюдения [Текст] : из записных книжек разных лет / Д. С. Лихачев. – Ленинград : Совет. писатель, 1989. – 608 с.
128. Лихачев, Д. С. Историческая поэтика русской литературы [Текст] : Смех как мировоззрение и др. работы / Д. С. Лихачев. – СПб : Алетейя, 1997. – 508 с.
129. Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка [Текст] / Д. С. Лихачев // Известия Рос. акад. наук. Сер. литературы и языка. – 1993. – Т. 52, № 1. – С. 3–9.
130. Лосев, А. Ф. Мифология греков и римлян [Текст] / А. Ф. Лосев ; сост. А. А. Тахо-Годи ; общ. ред. А. А. Тахо-Годи и И. И. Маханькова. – Москва : Мысль, 1996. – 975 с.
131. Лосев, А. Ф. Словарь античной философии [Текст] / А. Ф. Лосев. – Москва : Мир идей : Акрон. 1995. – 232 с.
132. Лосева, Л. М. Как строится текст [Текст] / Л. М. Лосева. – Москва : Просвещение, 1980. – 94 с.
133. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров [Текст] / Ю. М. Лотман // Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб : Искусство-СПб, 2000. – С. 150–391.
134. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история [Текст] / Ю. М. Лотман. – Москва : Языки рус. культуры, 1996. – 464 с.
135. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история [Текст] / Ю. М. Лотман. – Москва : Языки рус. культуры, 1999. – 458 с.
136. Лотман, Ю. М. История и типология русской культуры [Текст] / Ю. М. Лотман. – СПб : Искусство СПб, 2002. – 768 с.
137. Лотман, Ю. М. Культура и взрыв [Текст] / Ю. М. Лотман. – Москва : Гнозис : Прогресс, 1992. – 272 с.
138. Лотман, Ю. М. Несколько мыслей о типологии культур [Текст] / Ю. М. Лотман // Языки культуры и проблемы переводимости / отв. ред. Б. А. Успенский. – Москва : Наука, 1987. – С. 3–11.
139. Лотман, Ю. М. О моделирующем значении понятий «конца» и «начала» в художественных текстах [Текст] / Ю. М. Лотман // Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб: Искусство-СПб, 2000. – С. 427–429.

140. Лотман, Ю. М. Структура художественного текста [Текст] / Ю. М. Лотман // Об искусстве / Ю. М. Лотман. – СПб : Искусство СПб, 2005. – С. 14–288.
141. Лотман, Ю. М. Текст как семиотическая проблема [Текст] / Ю. М. Лотман // История и типология русской культуры / Ю. М. Лотман. – СПб : Искусство-СПб, 2002. – С. 158–221.
142. Лукин, В. А. Художественный текст [Текст] : основы лингвистической теории : аналит. минимум / В. А. Лукин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Ось-89, 2005. – 559 с.
143. Лукин, В. А. Художественный текст [Текст] : основы лингвистической теории и элементы анализа / В. А. Лукин. – Москва : Ось-89, 1999. – 192 с.
144. Луман, Н. Реальность массмедиа [Текст] / Н. Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – Москва : Канон+, 2012. – 240 с.
145. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса [Текст] / М. Л. Макаров. – Москва : Гнозис, 2003. – 280 с.
146. Макаров, М. Л. Языковое общение в малой группе: опыт интерпретативного анализа [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук / Макаров Михаил Львович. – Тверь, 1997. – 420 с.
147. Маклюэн, М. Война и мир в глобальной деревне [Текст] / Маршалл Маклюэн, Квентин Фиоре ; пер. с англ. И. Летберга. – Москва : АСТ : Астрель, 2012. – 219 с.
148. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга [Текст] : сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн ; пер. с англ. А. Юдина. – Киев : Ника-Центр, 2003. – 432 с.
149. Маклюэн, М. Понимание Медиа [Текст] : внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева ; заключ. ст. М. Вавилова. – Москва : Жуковский : Канон-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. – 462 с.
150. Мальковская, И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы [Текст] / И. А. Мальковская. – Москва : ЛКИ, 2008. – 240 с.
151. Маркарян, Э. С. Теория культуры и современная наука [Текст] : логико-методол. анализ / Э. С. Маркарян. – Москва : Мысль, 1983. – 284 с.

152. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику [Текст] : учеб. пособие / В. А. Маслова. – Москва : Флинта, 2008. – 293 с.
153. Матвеева, Т. М. Перцептивная категория вкуса и лингвистические средства ее реализации [Текст] : дис. ... канд. филол. наук / Матвеева Татьяна Михайловна. – Челябинск, 2005. – 200 с.
154. Меграбова, Э. Г. Динамика образа Китая в дискурсе журнала Newsweek (2008–2012 : лингвист. аспект) [Текст] / Э. Г. Меграбова // Известия Восточ. ин-та. – 2013. – № 1. – С. 110–116.
155. Методы анализа текста и дискурса [Текст] : пер. с англ. / С. Тичер [и др.]. – Харьков : Гуманит. Центр, 2009. – 356 с.
156. Миронов, В. В. Философия и метаморфозы культуры [Текст] : моногр. / В. В. Миронов. – Москва : Соврем. тетради, 2005. – 424 с.
157. Михалева, О. Л. Политический курс: специфика манипулятивного воздействия [Текст] / О. Л. Михалева. – Москва : Либроком, 2009. – 256 с.
158. Мурзин, Л. Н. Текст и его восприятие [Текст] / Л. Н. Мурзин, А. С. Штерн. – Свердловск : Изд-во УГУ, 1991. – 172 с.
159. Мурясов, Р. З. Избранные труды по германскому и сопоставительному языкознанию [Текст] / Р. З. Мурясов ; Башк. гос. ун-т. – Уфа : [б. и.], 1998. – 310 с.
160. Мухин, М. Ю. Категория синтагматического напряжения и лингвистический анализ художественного текста [Текст] / М. Ю. Мухин // Актуальные проблемы русистики : тезисы докл. и сообщ. международ. науч. конф., посвящ. 70-летию проф. Э. В. Кузнецовой, 7–9 февр. 1997 г., Екатеринбург. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1997. – С. 163–165.
161. Мышкина, Н. Л. Внутренняя структура текста [Текст] : механизмы, формы, характеристики / Н. Л. Мышкина. – Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 1998.
162. Мышкина, Н. Л. Динамико-системное исследование смысла текста [Текст] / Н. Л. Мышкина. – Красноярск : Изд-во Краснояр. ун-та, 1991. – 212 с.
163. Нечаева, О. А. Функционально-смысловые типы речи [Текст] : (описание, повествование, рассуждение) / О. А. Нечаева. – Улан-Удэ : [б. и.], 1974. – 137 с.

164. Никитин, М. В. Основные модели когнитивной оппозитивности [Текст] / М. В. Никитин // *Studia Linguistica* XV. Язык и текст в современных парадигмах научного знания : сб. ст. / отв. ред. В. М. Аринштейн, А. И. Щирова. – СПб : Борей Арт, 2006. – С. 3–12.
165. Никитин, М. В. Основы лингвистической теории значения [Текст] / М. В. Никитин. – Москва : Высшая шк., 1988. – 168 с.
166. Николаева, Т. М. Краткий словарь терминов лингвистики текста [Текст] / Т. М. Николаева // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста. – Москва : Прогресс, 1978. – Вып. VIII. – С. 467–472.
167. Николаева, Т. М. Лингвистика текста [Текст] / Т. М. Николаева // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста. – Москва : Прогресс, 1978. – Вып. VIII. – С. 5–31.
168. Николаева, Т. М. Текст ; Теория текста [Текст] / Т. М. Николаева // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. Москва : Совет. энцикл., 1990. – С. 507, 508.
169. Николина, Н. А. Филологический анализ текста [Текст] : учеб. пособие / Н. А. Николина. – Москва : Академия, 2003. – 256 с.
170. Никонова, Т. Н. Рассказ-анекдот как художественно-речевая разновидность рассказов В. М. Шукшина [Текст] : дис. ... канд. филол. наук / Никонова Татьяна Николаевна. – Горно-Алтайск, 2002. – 155 с.
171. Новиков, А. И. Текст как объект исследования лингвопсихологии [Текст] / А. И. Новиков // Методология современной психолингвистики : сб. ст. – Москва : Прогресс ; Баранул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – С. 467–472.
172. Новиков, А. И. Лингвистические и экстралингвистические элементы семантики текста [Текст] / А. И. Новиков // Аспекты общей и частной лингвистической теории текста. – Москва : Наука, 1982. – С. 10–22.
173. Новиков, А. И. Семантика текста и ее формализация [Текст] / А. И. Новиков. – Москва : Наука, 1983. – 215 с.
174. Новиков, Л. А. Лингвистическое толкование художественного текста [Текст] / Л. А. Новиков. – Москва : Рус. яз., 1979. – 256 с.

175. Носов, Н. А. Виртуальная психология [Текст] / Н. А. Носов. – Москва : Аграф, 2000. – 432 с.
176. Носов, Н. А. Полионтичные парадигмы [Текст] / Н. А. Носов // XXI век: будущее России в философском измерении : материалы II Рос. филос. конгресса. – Екатеринбург : [б. и.], 1999, – Т. 1, ч. 2 : Онтология, гносеология и методология науки, логика. – С. 282–283.
177. Носов, Н. А. Проблема виртуальной реальности на II Российском философском конгрессе (Екатеринбург, 7–11 июня 1999 г.) [Текст] / Н. А. Носов // Вестник Рос. филос. общества. – 1999. – № 4. – С. 28–33.
178. Носов, Н. А. Психологическая виртуальная реальность [Текст] / Н. А. Носов // Человек : филос.-энцикл. слов. – Москва : Наука, 2000. – С. 292–296.
179. Носов, Н. А. Психологические виртуальные реальности [Текст] / Н. А. Носов – Москва : Ин-т человека, 1994. – 195 с.
180. Носов, Н. А. Психология ангелов [Текст] / Н. А. Носов – Москва : ИТАР-ТАСС, 1995. – 80 с.
181. Носов, Н. А. Психология виртуальных реальностей [Текст] / Н. А. Носов // Декоративное искусство. – 1996. – № 1. – С. 44–45.
182. Носов, Н. А. Психология виртуальных реальностей [Текст] / Н. А. Носов // Психологическое обозрение. – 1998. – № 1. – С. 91–99.
183. Носов, Н. А. Психология виртуальных реальностей и анализ ошибок оператора [Текст] : дис. ... д-ра психолог. наук / Носов Николай Александрович. – Москва, 1994. – 283 с.
184. Носов, Н. А. Психология виртуальных реальностей [Текст] / Н. А. Носов // Логика, методология, философия науки : тр. междунаро. конф. – Москва : Обнинск, 1995. – Вып. 9. – С. 94–98.
185. Носов, Н. А. Реальные нереальности [Текст] / Н. А. Носов // Человек. – 1993. – № 1. – С. 33–42.
186. Носов, Н. А. Словарь виртуальных терминов [Текст] / Н. А. Носов. – Москва : Путь, 2000. – 69 с. – (Труды лаборатории виртуалистики ; вып. 7).

187. О'Коннор, Дж. Искусство системного мышления [Текст] : необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем : пер. с англ. / Джозеф О'Коннор, Иан Макдермотт. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2013. – 254 с.
188. Олешко, В. Ф. Журналистика как творчество [Текст] : учеб. пособие / В. Ф. Олешко. – Москва : Рип-холдинг, 2003. – 221 с.
189. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса [Текст] / А. В. Олянич : моногр.– Москва : Гнозис, 2007. – 407 с.
190. Остин, Дж. Л. Слово как действие [Текст] / Дж. Л. Остин, А. Дэйвисон // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. – Москва : Прогресс, 1986. – Вып. VII. – С. 22–129.
191. Павиленис, Р. Проблема смысла [Текст] : современный логико-философский анализ языка / Р. Павиленис. – Москва : Мысль, 1983. – 286 с.
192. Падучева, Е. В. Семантические исследования [Текст] : Семантика времени и вида. Семантика нарратива / Е. В. Падучева. – Москва : Языки славян. культуры, 1996. – 464 с.
193. Панкратов, В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация [Текст] : практ. рук. / В. Н. Панкратов. – Москва : Изд-во Ин-та психотерапии, 2001. – 208 с.
194. Панов, В. Г. Эмоции. Мифы. Разум [Текст] / В. Г. Панов. – Москва : Высш. шк., 1992. – 252 с.
195. Панова, И. И. Лингвистика русского гипертекста [Текст] / И. И. Панова // Русский язык: исторические судьбы и современность : труды и материалы Международ. конгресса русистов-исследователей. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2001. – С. 15–16.
196. Панченко, Н. В. «Власть референции» в процессе композиционного построения художественного текста [Текст] : (на материале соврем. художеств. прозы) / Н. В. Панченко // Филология и человек. – 2008. – № 1. – С. 85–97.
197. Панченко, Н. В. От единиц текста к единицам композиции [Текст] / Н. В. Панченко // Филология и человек. – 2007. – № 1. – С. 45–56.

198. Панченко, Н. В. Состав единиц композиции текста [Текст] : (на материале рус. прозы конца XX – начала XXI века) / Н. В. Панченко // Сибирский филологический журнал. – 2007. – № 4. – С. 131–143.
199. Папина, А. Ф. Текст: его единицы и глобальные категории [Текст] / А. Ф. Папина. – Москва : Эдиториал УРСС, 2002. – 367 с.
200. Пешкова, С. Н. Смешанная, языко-ситуативная коммуникация в рассказах-сценках В. М. Шукшина [Текст] : дис. ... канд. филол. наук / Пешкова Светлана Николаевна. – Горно-Алтайск, 1999. – 188 с.
201. Пешкова, С. Н. Межтекстовые отношения как проблема теории текста [Текст] / С. Н. Пешкова, А. А. Чувакин // Актуальные проблемы текста : лингвист. теория и практика обучения. – Улан-Удэ : Изд-во Бурят. ун-та, 2004.
202. Пирс, Ч. С. Из работы «Элементы логики. *Grammatica speculativa*» [Текст] / Ч. С. Пирс // Семиотика : антология / сост. Ю. С. Степанов. – 2-е изд. – Москва : Акад. Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001.
203. Питина, С. А. Концепты мифологического мышления как составляющая концептосферы национальной картины мира [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук / Питина Светлана Анатольевна. – Челябинск, 2002. – 364 с.
204. Платон. Государство [Текст] / Платон ; пер. с древнегреч. А. Н. Егунова ; вступ. ст. Е. Н. Трубецкого ; коммент. В. Ф. Асмуса ; примеч. А. А. Тахо-Годи. – Москва : Академ. проект. 2015. – 398 с.
205. Поливанов, Е. Д. Избранные работы [Текст] : труды по восточному и общему языкознанию / редкол.: В. М. Алпатов [и др.] ; Ин-т востоковедения АН СССР. – Москва : Наука, 1991. – 624 с.
206. Политическая психология, культура и коммуникация [Текст] / отв. ред. Е. Б. Шестопал. – Москва : РАПН : РОССПЭН, 2008. – 320 с.
207. Полякова, Д. Н. Особенности использования колоронимов в языках профессиональной коммуникации [Текст] : моногр. / Д. Н. Полякова. – Челябинск; [б. и.], 2013. – 179 с.
208. Потенция, А. А. Мысль и язык [Текст] : из лекций по теории словесности // Русская словесность : хрестоматия. – Москва : Академия, 1997.

209. Потебня, А. А. Эстетика и поэтика [Текст] / А. А. Потебня. – Москва : Искусство, 1976. – 613 с.
210. Почепцов, Г. Г. Коммуникативный инжиниринг [Текст] : теория и практика / Г. Г. Почепцов. – Киев : Альтерпресс, 2008. – 408 с.
211. Почепцов, Г. Г. Стратегический анализ. Стратегический анализ для политики, бизнеса и военного дела [Текст] / Г. Г. Почепцов. – Киев : Дзвін, 2004. – 335 с.
212. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2006. – 656 с.
213. Представление знаний как проблема [Текст] / Р. М. Фрумкина [и др.] // Вопросы языкознания. – 1990. – № 6. – С. 85–101.
214. Пригожин, И. Природа, наука и новая рациональность [Текст] / И. Пригожин // Философия и жизнь. – 1991. – № 7. – С. 36.
215. Пронина, Е. Е. Психология журналистского творчества [Текст] / Е. Е. Пронина. – 2-е изд. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 320 с.
216. Прохоров, Ю. Е. Коммуникативное пространство языковой личности в национально-культурном аспекте [Текст] / Ю. Е. Прохоров // Язык, сознание, коммуникация. – 1999. – Вып. 8. – С. 52–61.
217. Рузавин, Г. И. Виртуальность [Текст] / Г. И. Рузавин // Новая филос. энцикл. / Ин-т философии РАН ; Нац. обществ.-науч. фонд. – 2-е изд., испр. и допол. – Москва : Мысль, 2010. – С. 461–483.
218. Рузавин, Г. И. Виртуальные реальности [Текст] / Г. И. Рузавин. – Москва : [б. и.], 1998. – Вып. 4.
219. Селиверстова, О. Н. Когнитивная семантика на фоне общего развития лингвистической науки [Текст] / О. Н. Селиверстова // Вопросы языкознания. – 2003. – № 6. – С. 12–26.
220. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии [Текст] / Э. Сепир. – Москва : Прогресс, 2002. – С. 185–195.
221. Скаличка, В. Асимметричный дуализм языковых единиц [Текст] / В. Скаличка ; пер. с чеш. Г. Я. Романовой // Пражский лингвистический кружок : сб.

- ст. / сост., ред. и предисл. Н. А. Кондрашова. – Москва : Прогресс, 1967. – С. 119–127.
222. Скаличка, В. О современном состоянии типологии [Текст] / В. Скаличка // Новое в лингвистике. – Москва : Изд-во иностр. лит., 1963. – Вып. 3. – С. 19–35.
223. Солганик, Г. Я. Стилистика текста [Текст] : учеб. пособие / Г. Я. Солганик. – Москва : Флинта : Наука, 1997. – 252 с.
224. Соссюр, Ф. де. Курс общей лингвистики [Текст] / Ф. де Соссюр ; пер. с фр. А. М. Сухотина ; под ред. и с примеч. Р. И. Шор. – 2-е изд., стер. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 271 с.
225. Соссюр, Ф. де. Курс общей лингвистики [Текст] : [моногр.] / Фердинанд де Соссюр ; ред. Ш. Балли и А. Сеше ; пер. с фр. А. Сухотина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 432 с.
226. Степанов, Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности [Текст] / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца XX века : сб. ст. / под ред. Ю. С. Степанова. – Москва : Ин-т языкознания РАН : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. – С. 37–46.
227. Стернин, И. А. Лексическое значение слова в речи [Текст] / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. – 170 с.
228. Талбот, М. Голографическая Вселенная [Текст] / М. Талбот ; пер. с англ. В. Постникова. – Москва : София, 2004. – 368 с.
229. Текст в коммуникативном пространстве современной России [Текст] : моногр. / А. А. Чувакин [и др.] ; науч. ред. Т. В. Чернышова, А. А. Чувакин. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2011. – 337 с.
230. Телия, В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц [Текст] / В. Н. Телия. – Москва : Наука, 1986. – 155 с.
231. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация [Текст] / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Слово, 2000. – 264 с.
232. Тоффлер, Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. – Москва : АСТ, 2004. – 800 с.

233. Трофимова, Г. Н. Языковой курс Интернет-эпохи в России [Текст] : (функционирование русского языка в Интернете : концептуально-сущностные доминанты) / Г. Н. Трофимова. – Москва : Изд-во РУДН, 2004. – 380 с.
234. Усачева, О. Ю. К вопросу о жанрах Интернет-коммуникации [Текст] / О. Ю. Усачева // Вестник МГОУ. Сер. Русская филология. – 2009. – № 3. – С. 55–65.
235. Устин, А. К. Формализованный знак в тексте [Текст] / А. К. Устин. – СПб : SuperMax, 1997. – 95 с.
236. Филлмор, Ч. Основные проблемы лексической семантики [Текст] / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – Москва : Радуга, 1983. – С. 74–123.
237. Филлмор, Ч. Фреймы и семантика понимания [Текст] / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка. – Москва : Прогресс, 1988. – Вып. 23. – С. 68.
238. Финк, К. Стратегический газетный менеджмент [Текст] : пер.с англ. / К. Финк. – Самара : Корпорация «Федоров», 2004. – 496 с.
239. Фреге, Г. Смысл и денотат [Текст] / Г. Фреге // Семиотика и информатика : сб. науч. ст. / ред. В. А. Успенский. – Москва : Языки рус. культуры, 1997. – Вып. 35. – С. 351–379.
240. Фрумкина, Р. М. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога [Текст] : (концепт, категория, прототип) / Р. М. Фрумкина // Научно-техническая информация. Сер. 2, Информационные процессы и системы. – 1992. – № 3. – С. 1–7.
241. Фрумкина, Р. М. «Теория среднего уровня» в современной лингвистике [Текст] / Р. М. Фрумкина // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С. 55–57.
242. Фуко, М. Археология знания [Текст] : пер. с фр. / М. Фуко; общ. ред. Бр. Левченко. – Киев : Ника-Центр, 1996. – 208 с.
243. Фуко, М. Воля к истине [Текст] : по ту сторону знания, власти и сексуальности : работы разных лет : пер. с фр. / М. Фуко. – Москва : Касталь, 1996. – 448 с.

244. Фуко, М. Дискурс и истина [Текст] / М. Фуко. – Минск : Пропилеи, 2006.
245. Фуко, М. Око власти [Текст] / М. Фуко // Интеллектуалы и власть : избр. полит. ст., выступления и интервью / Мишель Фуко. – Москва : Праксис, 2002. – С. 220–249.
246. Фуко, М. Рождение клиники [Текст] / М. Фуко. – Москва : Смысл, 1998. – 310 с.
247. Фуко, М. Что такое автор? [Текст] / М. Фуко // Воля к истине : по ту сторону власти, знания и сексуальности : работы разных лет / Мишель Фуко. – Москва : Касталь, 1996. – С. 7–47.
248. Фурс, Л. А. Синтаксически репрезентируемые концепты [Текст] : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Фурс Людмила Алексеевна. – Тамбов, 2004. – 36 с.
249. Хайдеггер, М. Работы и размышления разных лет [Текст] / М. Хайдеггер. – Москва : Гнозис, 1993. – 324 с.
250. Хартман, П. Текст, тексты, классы текстов [Текст] / П. Хартман // Проблемы теории текста : реферат. сб. – Москва : [б. и.], 1978.
251. Харченко, Е. В. Модели речевого поведения в профессиональном общении [Текст] / Е. В. Харченко. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2003. – 336 с.
252. Хомский, Н. Введение в формальный анализ естественных языков [Текст] : пер. с англ. / Н. Хомский, Дж. Миллер. – Изд. 3-е. – Москва : Либроком, 2010. – 64 с.
253. Хомский, Н. О природе и языке [Текст]. С очерком «Секулярное священство и опасности, которые таит демократия» : пер. с англ. / Н. Хомский. – Москва : КомКнига, 2005. – 288 с.
254. Хомский, Н. Человек – Коммуникация – Текст [Текст] : сб. ст. / Н. Хомский. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 1998.
255. Хомский, Н. Человек – Текст – Культура [Текст] / Н. Хомский. – Екатеринбург : [б. и.], 1994.
256. Хомский, Н. Человеческий фактор в языке [Текст] / Н. Хомский. – Москва : [б. и.], 1989.

257. Хомский, Н. Язык и проблемы знания [Текст] / Н. Хомский // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. – 1995. – № 4. – С. 131–157.
258. Чанышева, З. З. Средства создания скрытой информации в тексте [Текст] : (лингвокультурологический и когнитивный аспекты) / З. З. Чернышева. – Уфа : БашГУ, 2000. – 106 с.
259. Чанышева, З. З. Этнокультурные основания лексической семантики [Текст] : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / З. З. Чанышева. – Уфа, 2006. – 44 с.
260. Чернышова, Т. В. Тексты СМИ в зеркале языкового сознания адресата [Текст] : моногр. / Т. В. Чернышова. – Барнаул : Из-во Алт. ун-та, 2005. – 293 с.
261. Чернявская, В. Е. Интерпретация научного текста [Текст] / В. Е. Чернявская. – СПб : Наука, 2005. – 128 с.
262. Чернявская, В. Е. Лингвистика текста [Текст] : поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – Москва : Либроком, 2009. – 248 с.
263. Чувакин, А. А. Теория текста [Текст] : объект и предмет исследования / А. А. Чувакин // Критика и семиотика. – 2004. – Вып. 7. – С. 88–97.
264. Чувакин, А. А. Гнездо родственных текстов: интерпретационный уровень [Текст] / А. А. Чувакин // Текст: варианты интерпретации. – Бийск : НИЦ БиГПУ, 1999. – Вып. 4. – С. 6–7.
265. Чувакин, А. А. Деривационные отношения как тип межтекстовых отношений [Текст] : (к предмету текстодериватологии) / А. А. Чувакин // Актуальные проблемы дериватологии, мотивологии, лексикографии. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 1998. – С. 23–24.
266. Чувакин, А. А. Заметки об объекте современной филологии [Текст] / А. А. Чувакин // Человек – Коммуникация – Текст. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 1999. – Вып. 3.
267. Чувакин, А. А. К исследованию «жизни» текста [Текст] / А. А. Чувакин // Русский язык: исторические судьбы и современность : труды и материалы

- Международ. конгресса русистов-исследователей. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2007. – С. 333–334.
268. Чувакин, А. А. Межтекстовые отношения как проблема теории текста [Текст] / А. А. Чувакин, С. Н. Пешкова // Актуальные проблемы теории текста : лингвистическая теория и практика обучения. – Улан-Удэ : Изд-во Бурят. ун-та, 2004. – С. 24–27.
269. Чувакин, А. А. Основы эвокационной теории художественной речи [Текст] : автореф. дис. ... д-ра.филол. наук / Чувакин Алексей Андреевич. – Барнаул, 1996. – 26 с.
270. Чувакин, А. А. Творчество В. М. Шукшина в исследованиях филологов Алтайского государственного университета (1989–1999) // Сибирский филологический журнал. – 2002. – № 1. – С. 11–26.
271. Чувакин, А. А. Интернет-коммуникация [Текст] : миниатюра в пространстве вторичных текстов / А. А. Чувакин // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2008. – Вып. 8. – С. 385–396.
272. Чувакин, А. А. Смешанная коммуникация в художественном тексте [Текст] / А. А. Чувакин. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2014. – 138 с.
273. Чувакин, А. А. Смешанная коммуникация в художественном тексте : основы эвокационного исследования [Текст] / А. А. Чувакин. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 1995. – 126 с.
274. Чувакин, А. А. Эстетическое значение функций смешанной, языко-ситуативной коммуникации в эпической прозе [Текст] / А. А. Чувакин // Семантико-стилистические исследования слова и предложения : сб. ст. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 1990. – С. 35–42.
275. Шабес, В. Я. Событие и текст [Текст] / В. Я. Шабес. – Москва : Высшая шк., 1989. – 175 с.
276. Шаймиев, В. А. Понятия «текст», «дискурс», «произведение» и аспекты исследования речемыслительного произведения [Текст] / В. А. Шаймиев // Исследования по семантике. – Уфа : БашГУ, 2001. – С. 131–148.

277. Шафиков, С. Г. Лексическая типология языков [Текст] / С. Г. Шафиков. – Уфа : БашГУ, 2005. – 162 с.
278. Шафиков, С. Г. Национальный менталитет, межкультурная коммуникация и язык [Текст] / С. Г. Шафиков // *Homologues в языке, культуре, познании*. – Уфа : БашГУ, 2010. – Ч. I. – С. 365–383.
279. Шафиков, С. Г. Типология лексических систем и лексико-семантических универсалий [Текст] / С. Г. Шафиков. – Уфа : БашГУ, 2000. – 260 с.
280. Шаховский, В. И. Лингвистическая теория эмоций [Текст] : моногр. / В. И. Шаховский. – Москва : Гнозис, 2008. – 416 с.
281. Швец, Н. О. Роль языка в структурировании знания [Текст] : дис. ... канд. филол. наук / Швец Наталия Олеговна. – Тверь, 2005. – 173 с.
282. Шевченко, И. С. Ментальный мир и дискурс Викторианской женщины [Текст] / И. С. Шевченко // *Гендер: язык, культура, коммуникация : материалы Третьей международ. конф., 27–28 ноября 2003* / Моск. гос. лингвист. ун-т. – Москва : [б. и.], 2003. – С. 125–136.
283. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е. И. Шейгал. – Москва : Гнозис. – 326 с.
284. Шелестюк, Е. В. Манипулятивное убеждение как средство речевого воздействия [Текст] / Е. В. Шелестюк // *Актуальные проблемы лингвистики: Урал. лингвист. чтения – 2006 : материалы ежегод. науч. конф.* – Екатеринбург : УрГПУ, 2006. – С. 164–165.
285. Шелестюк, Е. В. Способы, типы, приемы и инструменты речевого воздействия [Текст] / Е. В. Шелестюк // *Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве : материалы международ. науч. конф.* – Пятигорск : Пятигор. гос. лингвист. ун-т, 2006. – Ч. 2. – С. 153–164.
286. Шелестюк, Е. В. Текстовое воздействие на различные компоненты сознания [Текст] : (на примере текстов практической психологии) / Е. В. Шелестюк // *Лингвистические парадигмы и лингводидактика : международ. науч.-практ. конф. (Иркутск, 13–15 июня 2007 г.)*. – Иркутск : БГУЭП, 2007. – Ч. 2. – С. 164–169.

287. Шелестюк, Е. В. Трансинформация и дезинформация на уровне текста [Текст] / Е. В. Шелестюк // Актуальные проблемы лингвистики : Урал. лингвист. чтения–2007 : материалы ежегод. конф. (Екатеринбург, 1–2 февр. 2007). – Екатеринбург : УрГПУ, 2007. – С. 177–178.
288. Шелестюк, Е. В. Уклон как прием речевого воздействия [Текст] / Е. В. Шелестюк // Лексические и грамматические категории в свете типологии языков и лингвокультурологии : материалы всерос. конф. – Уфа : РИЦ БашГУ, 2007. – С. 238–240.
289. Шкатова, Л. А. Развитие ономастических структур [Текст] : (на примере наименования лиц по профессии в русском языке) : моногр. / Л. А. Шкатова. – Иркутск : Изд-во Иркут.ун-та, 1984. – 150 с.
290. Шкатова, Л. А. Речеповеденческие стратегии и тактики в конфликтных ситуациях [Текст] / Л. А. Шкатова // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности : коллектив. моногр. / отв. ред. Н. А. Купина и М. Б. Хомяков. – Москва: ОЛМА ПРЕСС, 2005. – С. 389–402.
291. Шмелев, Д. Н. Очерки по семасиологии русского языка [Текст] / Д. Н. Шмелев. – Москва : Просвещение, 1964. – 240 с.
292. Щерба, Л. В. Избранные работы по русскому языку [Текст] / Л. В. Щерба. – Москва : Учпедгиз, 1957. – 186 с.
293. Щерба, Л. В. Языковая система и речевая деятельность [Текст] / Л. В. Щерба. – Ленинград : Наука, 1974. – 427 с.
294. Эйнштейн, А. Собрание научных трудов [Текст] : в 4 т. / А. Эйнштейн. – Москва : Наука, 1967. – Т. IV.
295. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / У. Эко. – Будапешт : Петрополис, 1998. – 432с.
296. Эко, У. Роль читателя [Текст] : исслед. по семиотике текста / У. Эко ; пер. с англ. и итал. С. Д. Серебряного. – СПб : Симпозиум, 2007. – 502 с.
297. Юрьев, Г. П. Виртуальный человек в экстремальных условиях [Текст] / Г. П. Юрьев. – Москва ; Обнинск : [б. и.], 2000. – 61 с.

298. Языки как образ мира [Текст] / М. Мюллер [и др.] ; сост. К. Королев. – Москва : АСТ ; СПб : Terra fantastica. 2003. – 568 с.
299. Якобсон, Р. В поисках сущности языка [Текст] / Р. Якобсон // Семиотика. – Москва : Радуга, 2001. – С. 102–117.
300. Якобсон, Р. Избранные работы [Текст] / Р. Якобсон. – Москва : Прогресс, 1985. – 460 с.
301. Якобсон, Р. О. Избранные работы по лингвистике [Текст] / Р. О. Якобсон. – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. – 448 с.
302. Якубинский, Л. П. Язык и его функционирование [Текст] : избр. работы / Л. П. Якубинский. – Москва : Наука, 1986. – 207 с.
303. Angel, A. Inquiring into an Inclusio – On Judgement and Love in Matthew [Text] / A. Angel // The Journal of theological studies. – 2009. – № 60. – P. 527–530.
304. Ball, S. Foucault and Education: Disciplines and Knowledge [Text] / S. Ball. – London ; New York : Routledge, 1991. – 370 p.
305. Barker, P. Michel Foucault: Subversions of the Subject [Text] / P. Barker. – New York : St. Martin's Press, 1993. – 190 p.
306. Barsalow, L.W. Grounding Knowledge in the Brain's Modal Systems [Text] / L. W. Barsalow // Book of abstracts : The third conference of the Scandinavian Association for Language and Cognition SALK III, Copenhagen, June 14-16th 2011. – Copenhagen : University of Copenhagen, 2011. – P. 6.
307. Baudrillard, J. Oublier Foucault [Text] / J. Baudrillard. – Paris : Decouverte, 1977. – 50 p.
308. Beacco, J.-C., Darot, M. Analyses de discours : lecture et expression [Text] / J.-C. Beacco, M. Darot. – Hachette / Larousse, 1986. – 176 p.
309. Bernauer, J. The Final Foucault [Text] / J. Bernauer, D. Rasmussen. – Cambridge, MA : MIT Press, 1988. – 190 p.
310. Bernauer, J. W. Review of Michel Foucault, by Didier Eribon [Text] / James W. Bernauer. – New York : St. Martin's Press, 1992. – 272 p.
311. Brayton, D. Sounding the Deep: Shakespeare and the Sea Revisited [Text] / Dan Brayton // Forum for modern language studies. – 2010. – № 46. – P. 189–206.

312. Brown, D. Hd's trilogy : modern gnosticism? [Text] / Dennis Brown // Literature and Theology. – 1996. – № 10. – P. 351–360.
313. Brown, G., Yule, G. Discourse Analysis [Text] / G. Brown, G. Yule. – Cambridge, 1983. – 378 p.
314. Burke, S. The Death and Return of the Author: Criticism and Subjectivity in Barthes, Foucault, and Derrida [Text] / S. Burke. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 1992. – 370 p.
315. Cameron, D. Lakoff in context: the social and linguistic functions of tag questions [Text] / D. Cameron, F. McAlinden, K. O'Leary // Women in their speech communities. – London ; New York, 1988. – P. 74–93.
316. Deleuze, G. Foucault [Text] / G. Deleuze. – Paris : Decouverte, 1986. – 220 p.
317. Deleuze, G. Pourparlers [Text] / G. Deleuze. – Paris : Decouverte, 1983. – 189 p.
318. Dosse, F. Histoire du structuralisme [Text] / F. Dosse. – Paris : Decouverte, 1991. – T. 1 : Le champ du signe, 1945–1966. – 360 p.
319. Fairclough, N. Critical and descriptive goals in discourse analysis [Text] / N. Fairclough // Journal of Pragmatics. – 1985. – № 9.
320. Fairclough, N. Critical discourse analysis [Text] : manuscript / N. Fairclough, G. Kress. – 1993.
321. Fairclough, N. Language and Power [Text] / N. Fairclough. – Longman, 1989.
322. Fauconnier, G. Blending as a central process of grammar [Text] / G. Fauconnier, M. Turner // Conceptual structure, Discourse, and Language / compiled by Adele Goldberg. – Stanford : CSLI Publications, 1996. – P. 113–129.
323. Fauconnier, G. Compression and emergent structure [Text] / G. Fauconnier // Cognitive linguistics. – 2000. – Vol. 11. – P. 283–304.
324. Fauconnier, G. Compression and global insight [Text] / G. Fauconnier, M. Turner // Language and Linguistics. – 2005. – Vol. 6, № 4. – P. 523–538.
325. Fauconnier, G. Conceptual Integration Networks [Text] / G. Fauconnier, M. Turner // Cognitive Science. – 1998. – № 22. – P. 133–187.
326. Fauconnier, G. Mappings in Thought and Language [Text] / G. Fauconnier // Cambridge University Press, 1997. – 219 p.

327. Fauconnier, G. Mental Spaces. Aspects of meaning construction in natural language [Text] / G. Fauconnier. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994.
328. Fell, A. S. Life after Léa: War and Trauma in Colette's *La Fin de Chéri* [Text] / Alison S. Fell // French Studies. – 2005. – № 59. – P. 495–507.
329. Feng, X. Konzept und Metapher [Text] / X. Feng – Frankfurt (Main) : Suhrkamp, 1997. – 476 p.
330. Fillmore, Ch. Case for case reopened [Text] / Ch. Fillmore // Cole, P. (ed.) Syntax and semantics 8: Grammatical relations. – New York : Academic Press, 1977. – P. 76–138.
331. Fillmore, Ch. Frame semantics [Text] / Ch. Fillmore // The Linguistic Society of Korea (ed.). Linguistics in the Morning Calm. – Seoul : Hanshin Publishing Co, 1982. – P. 111–137.
332. Foucault, M. *Discourse of Power 1954–1988* [Text] / M. Foucault. – Paris : Gallimard, 1994. – V. 1–4.
333. Foucault, M. *Live: Interviews 1966–1984* [Text] / M. Foucault. – New-York, 1989. – 290 p.
334. Foucault, M. Nietzsche, la genealogie, *Thistoire* [Text] / M. Foucault // Hommage a Jean Hyppolite. – Paris, 1971. – P. 39–68.
335. Foucault, M. *Reponse a' une question* [Text] / M. Foucault // Esprit. – Paris, 1968. – P. 3–4.
336. Gardner, H. The mind's new science. A history of the cognitive revolution [Text] / H. Gardner – USA : BasicBooks, 1987. – 423 p.
337. Gigliotti, S. "Cattle Car Complexes": A Correspondence with Historical Captivity and Post-Holocaust Witnesses [Text] / Simone Gigliotti // Holocaust and Genocide Studies. – 2006. – № 20. – P. 256–277.
338. Gloor, P. Experiential phenomena of temporal lobe epilepsy: facts and hypotheses [Text] / Pierre Gloor // Brain. – 1990. – № 113. – P. 1673–1694.
339. Goleman, D. The Emotional Intelligence. Why it Can Matter More than IQ? [Text] / D. Goleman. – Bantam Books, 1997. – 368 p.

340. González, M. A. M. Protection of geographical indications against translation, generic use, evocation, and other potential enemies [Text] / Miguel Angel Medina González // Journal of Intellectual Property Law & Practice. – 2012. – № 7. – P. 20–22.
341. Goodden, A. Painting for the Eye and Painting for the Mind: Correspondences of the Arts in Eighteenth-Century France [Text] / Angelica Goodden // Oxford art journal. – 1984. – № 7. – P. 3–14.
342. Hall, B. K. Waddington's Legacy in Development and Evolution [Text] / Brian K. Hall // Integrative and comparative biology. – 1992. – № 32. – P. 113–122.
343. Koch, P. Frame and contiguity: on the cognitive bases of metonymy and certain types of word formation [Text] / P. Koch // Metonymy in Language and Thought / Ed. K.-U. Panther, G. Radden. – Amsterdam ; Philadelphia : Benjamins, 1999. – P. 17–59.
344. Kress, G. Language as ideology [Text] / G. Kress, R. Hodge. – Routledge, 1979.
345. Kristeva, J. Language the Unknown. An Initiation into linguistics [Text] / J. Kristeva. – New York, 1989 (1981). – 166 p.
346. Lakoff, G. Metaphor We Live By [Text] / G. Lakoff. – Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
347. Lakoff, G. More than Cool Reason [Text] / G. Lakoff, M. Turner. – Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1989. – 230 p.
348. Lakoff, G. The contemporary theory of metaphor [Text] / G. Lakoff // Metaphor and Toght. – Cambridge (Mass.), 1993. – P. 40.
349. Langacker, R.W. 1987–Nounsandverbs [Text] / R.W. Langacker // Lg. – 1987. – Vol. 63, № 1. – P. 53–94.
350. Lasswell, H. D. Power and Personality [Text] / H. D. Lasswell. – New York, 1948.
351. Levinson, St. Pragmatics [Text] / St. Levinson. – London ; New York : Cambridge Univ. Press, 1983. – 420 p.
352. Lukács, G. Geschichte und Klassenbewußtsein [Text] / G. Lukacs. Neuwied ; Berlin, 1968.
353. Lyons, J. Language, Meaning and Contex [Text] / J. Lyons. – London ; Glasgow, 1981. – 256 p.

354. Massey, D. Imagining the Infinite in Carl Ruggles's 'Evocations' [Text] / Drew Massey // *Musik&Letters*. – 2011. – № 92. – P. 582–606.
355. McAlister, M. What is Your Heart For? Affect and Internationalism in the Evangelical Public Sphere [Text] / Melani McAlister // *American literary history*. – 2008. – № 20. – P. 870–895.
356. McDonnel, D. Theories of discourse [Text] / D. McDonnel. – Oxford, 1986. – 118 p.
357. Metallic Taste from Electrical and Chemical Stimulation [Text] / Harry T. Lawless, David A. Stevens, Kathryn W. Chapman, Anne Kurtz // *Chemical senses*. – 1996. – № 21. – P. 553–566.
358. Mey, J. Whose language? [Text] / J. Mey. – Benjamins, 1985.
359. O'Beirne, E. Dying for Silence: Language and its Absence in the Late Work of Nathalie Sarraute and Samuel Beckett [Text] / Emer O'Beirne // *Forum for modern language studies*. – 2005. – № 41. – P. 397–406.
360. Parker, D. Sovereignty, absolutism and the function of the law in seventeenth-century France [Text] / David Parker // *Past & Present*. – 1989. – № 122. – P. 36–74.
361. Poole, S. E. 'Souvenirs, souvenirs': The Role of Memory in the Work of Annie Saumont [Text] / Sara E. Poole // *Forum for modern language studies*. – 2012. – № 48. – P. 46–58.
362. Jacqmard, A., Kettmann, R., Pryke, J. A., Thiry, M. and Sachs, R. M. Ribosomal RNA Genes and Floral Evocation in *Sinapis* [Text] / A. Jacqmard, R. Kettmann, J. A. Pryke, M. Thiry, R. M. Sachs // *Annals of botany*. – 1981. – № 47. – P. 415–417.
363. Rawson, G. R. Courtly contexts for Moravian Hanák music in the 17th and 18th centuries [Text] / R. G. Rawson, // *Early Music*. – 2012. – № 40. – P. 577–591.
364. Schiffrin, D. Approaches to Discourse [Text] / D. Schiffrin. – Oxford; Cambridge, 1994. – 245 p.
365. Sergent, J. From covert to overt recognition of faces in a prosopagnosic patient / Justine Sergent, Michel Ponce // *Brain*. – 1990. – № 113. – P. 989–1004.

366. Shoot Axillary Bud Morphogenesis in Kiwifruit (*Actinidiadeliciosa*) [Text] / E. F. Walton, P. J. Fowke, K. Weis, P. L. McLeay // *Annals of botany*. – 1997. – № 80. – P. 13–21.
367. Skalička, V. Syntax promluvy (enunciace) [Text] / V. Skalicka // *Slovo o slovesnost*. XXI. – 1960. – № 4.
368. Smart, B. Michel Foucault [Text] / B. Smart. – New York : Chichester, 1985. – 194 p.
369. Talmy, L. Force Dynamics in Language and Cognition [Text] / L. Talmy // *Cognitive Science*. 1988. – Vol. 12. – P. 49–100.
370. Trudgill, P. Sociolinguistics [Text] / P. Trudgill. – Harmondsworth, 1974. – 540 p.
371. Van Dijk, T. Principles of critical discourse analysis [Text] / T. Van Dijk // *Discourse and society*. – 1993. – № 4 (2).
372. Van Dijk, T. Structures of discourse and structures of power [Text] / T. Van Dijk // *Communication Yearbook 12* / J. A. Anderson (ed.). – Los Angeles : Sage, 1989.
373. Visker, R. Michel Foucault: Genealogy as Critique [Text] / R. Visker. – London ; New York : Verso, 1995. – 380 p.
374. Warnier, J.-P. Material Memories: Design and Evocation [Text] / Jean-Pierre Warnier // *Journal of design history*. – 2000. – № 13. – P. 263–264.
375. White, H. «Michel Foucault» in Structuralism and Since: From Levi-Strauss to Derrida [Text] / H. White. – New York : Oxford, University Press, 1979. – 268 p.
376. Williams Jackson, A. V. The “Second Evocation” in the Manichaeic System of Cosmogony [Text] / A. V. Williams Jackson.
377. Wodak, R. Gender and Discourse [Text] / R. Wodak. – Sage Publications, 1997. – 294 p.
378. Wodak, R. Sprache in der Politik [Text] / R. Wodak, F. Menz (eds.). – *Politik in der Sprache*. – Klagenfurt : Drava, 1990.

379. Война и мир в терминах и определениях [Текст] : военно-политический словарь / под общ. ред. Д. О. Рогозина. – Москва : Вече, 2011. – 640 с.
380. Землянова, Л. М. Коммуникативистика и средства информации [Текст] : англо-русский толковый словарь концепций и терминов / М. Л. Землянова. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.
381. ЛЭС 2002 – Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва : Большая рос. энцикл., 2002. – 712 с.
382. Российская социологическая энциклопедия [Текст] / под ред. Г. В. Осипова. – Москва : НОРМА-ИНФРА-М, 1999.
383. Словарь социолингвистических терминов [Текст] / отв. ред. В. Ю. Михальченко ; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания, Рос. акад. лингвист. наук. – Москва : [б. и.], 2006.
384. ФЭС – Философский энциклопедический словарь [Текст] / под ред. А. Л. Геркулова. – Москва : Совет. энцикл., 1989. – 815 с.
385. Adaptability of language, Encyclopedia Britannica [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
URL: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/129024/communication/21935/Adaptability-of-language>.
386. Évocation, Dictionnaire de l'AcademieFrancaise, 8eme edition (1935) [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
URL : http://fr.academic.ru/dic.nsf/daf_1935/11910
387. Evoke. Definition of evoke in Oxford dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
URL : http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/evoke?q=evocation#evoke_12.
388. What does evocation mean? Definition, meaning and pronouncation. [Электронный ресурс]. –
Режим доступа: URL : <http://www.audioenglish.org/dictionary/evocation.html>.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Название	Ссылка	Страна
The Times	1. http://www.timesonline.co.uk/tol/news/	Великобритания
The Washington Post	2. http://www.washingtonpost.com/	США
Le Monde	3. http://www.lemonde.fr/	Франция
Zaxid	4. http://www.zaxid.net/index.php?	Украина
Daily Mail	5. http://www.dailymail.co.uk/home/index.html	Великобритания
Zeit	6. http://www.zeit.de/index	Германия
Frankfurter Allgemeine Zeitung	7. http://www.faz.net/s/homepage.html	Германия
Die Presse	8. http://diepresse.com/home/index.do	Австрия
The Washington Times	9. http://www.washingtontimes.com/	США
Voice of America	10. http://www1.voanews.com/english/news/	США
National Review	11. http://www.nationalreview.com/	США
New-York Times	12. http://www.nytimes.com/	США
The Heritage Foundation	13. http://www.heritage.org/	США
Boston Herald	14. http://news.bostonherald.com/	США
Chicago Tribune	15. http://www.chicagotribune.com/	США
The Independent	16. http://www.independent.co.uk/	Великобритания
Financial Times	17. http://www.ft.com/home/europe	Великобритания
Die Welt	18. http://www.welt.de/	Германия
Focus	19. http://www.focus.de/	Германия
Stern	20. http://www.stern.de/	Германия
Le Figaro	21. http://www.lefigaro.fr/	Франция
Bloomberg	22. http://www.bloomberg.com	США
BBC	23. http://www.bbc.co.uk/	Великобритания
Newsweek	24. http://www.newsweek.com/	США
The Wall Street Journal	25. http://europe.wsj.com/home-page	США
Guardian	26. http://www.guardian.co.uk/	Великобритания
La Stampa	27. http://www.lastampa.it/redazione/	Италия
Il Foglio	28. http://www.ilfoglio.it/	Италия
The Moscow Times	29. http://www.themoscowtimes.com/index.php	Россия
Handelsblatt	30. http://www.handelsblatt.com/	Германия
USA today	31. http://www.usatoday.com/	США
Reuters	32. http://www.reuters.com/	США
The Weekly Standard	33. http://www.weeklystandard.com/	США
Asia Times	34. http://www.atimes.com/atimes/Front_Page.html	Китай
Telegraph	35. http://www.telegraph.co.uk/	Великобритания
Magyarhirlap	36. http://www.magyarhirlap.hu/	Венгрия
The Huffington Post	37. http://www.huffingtonpost.com/	США
Stratfor	38. http://www.stratfor.com/	США
United Press International (upi)	39. http://www.upi.com/	США

Nrc-Handelsblad	40. http://www.nrc.nl/	Нидерланды
Reuters News Agency	41. http://uk.reuters.com/	Великобритания
Frankfurter Rundschau	42. http://www.fr-online.de/	Германия
NyDaily News	43. http://www.nydailynews.com/index.html	США
Radio Free Europe	44. http://www.rferl.org/	Чехия
Der Standard	45. http://derstandard.at/	Австрия
Berliner Umschau	46. http://www.berlinerumschau.com/index.php	Германия
Geopolitika	47. http://geopolitika.lt/index.php	Литва
Gazeta Wyborcza	48. http://wyborcza.pl/0,0.html	Польша
Dagens Nyheter	49. http://www.dn.se/	Швеция
Liberation	50. http://www.liberation.fr/	Франция
The Los Angeles Times	51. http://www.latimes.com/	США
La Nacion	52. http://www.lanacion.com.ar/index.asp	Аргентина
Neue Zürcher Zeitung	53. http://www.nzz.ch/	Швейцария
Le Point	54. http://www.lepoint.fr/	Франция
Madridiario	55. http://www.madridiario.es/	Испания
The Sun	56. http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/	Великобритания
The Moscow News	57. http://www.mn.ru/	Россия
The National Post	58. http://www.nationalpost.com/	Канада
El Pais	59. http://www.elpais.com/global/	Испания
Kölnische Rundschau	60. http://www.rundschau-online.de/	Германия
Marianne2	61. http://www.marianne2.fr/	Франция
Nouvel Observateur	62. http://tempsreel.nouvelobs.com/index.html	Франция
The India Times	63. http://www.indiatimes.com/	Индия
Corriere	64. http://www.corriere.it/	Италия
The Hindustan Times	65. http://www.hindustantimes.com/	Индия
Spiegel	66. http://www.spiegel.de/	Германия
The Economist	67. http://www.economist.com/	Великобритания
The Canada Free Press	68. http://canadafreepress.com/	Канада
The Mainstream Weekly	69. http://www.mainstreamweekly.net/	США
Defense News	70. http://www.defensenews.com/index.php	США
Il Messaggero	71. http://sfoglia.ilmessaggero.it/	Италия
The Christian Science Monitor	72. http://www.csmonitor.com/	США
Hetivalasz	73. http://hetivalasz.hu/	Венгрия
人民日报 Rénmín Ribào	74. http://people.com.cn/	Китай
Sydsvenskan	75. http://www.sydsvenskan.se/	Швеция
Real Clear Politics	76. http://www.realclearpolitics.com/	США
Il Manifesto	77. http://www.ilmanifesto.it/il-manifesto/	Италия
Nie	78. http://www.nie.com.pl/	Польша
The Examiner	79. http://www.examiner.com/	США
Politika	80. http://www.politika.rs/	Сербия
Флот 2017	81. http://www.flot2017.com/	Украина
День	82. http://www.day.kiev.ua/	Украина
The Irish Times	83. http://www.irishtimes.com/	Ирландия

新華社	84. http://www.xinhuanet.com/	Китай
The Jamestown Foundation	85. http://www.jamestown.org/	США
Foreign Policy	86. http://www.foreignpolicy.com/	США
The Globe and Mail	87. http://www.theglobeandmail.com/	Канада
Lidovky.cz	88. http://www.lidovky.cz/	Чехия
Cyberpresse	89. http://www.cyberpresse.ca/	Канада
Нова српска политичка мисао	90. http://www.nspm.rs/	Сербия
Foxnews	91. http://www.foxnews.com/	США
Bangkok Post	92. http://www.bangkokpost.com/	Таиланд
The Economic Times	93. http://economictimes.indiatimes.com/	Индия
Il Giornale	94. http://www.ilgiornale.it/?SS_ID=-1	Италия
Cursorinfo	95. http://cursorinfo.co.il/	Израиль
Unian	96. http://unian.net/	Украина
Herald Scotland	97. http://www.heraldscotland.com/	Великобритания
Delfi	98. http://rus.delfi.lv/	Латвия
168ora	99. http://www.168ora.hu/	Венгрия
Huanqiu	100. http://huanqiu.com/	Китай
Postimees	101. http://www.postimees.ee/	Эстония
Delfi	102. http://rus.delfi.ee/	Эстония
Sueddeutsche Zeitung	103. http://www.sueddeutsche.de/	Германия
Day.Az	104. http://day.az/	Азербайджан
Kopp-Verlag	105. http://info.kopp-verlag.de/	Германия
Xinhuanet	106. http://www.xinhuanet.com/	Китай
Msnbc	107. http://www.msnbc.msn.com/	США
El Mundo	108. http://www.elmundo.es/elmundo/index.html	Испания
Delfi	109. http://ru.delfi.lt/	Литва
Ihned	110. http://ihned.cz/	Чехия
Il Sole 24 Ore	111. http://www.ilsole24ore.com/	Италия
Pakistan Daily	112. http://www.daily.pk/	Пакистан
The New Zealand Herald	113. http://www.nzherald.co.nz/	Новая Зеландия
Investors	114. http://www.investors.com/default.aspx	США
CBC	115. http://www.cbc.ca/	Канада
Pagina12	116. http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index.html	Аргентина
Delfi	117. http://www.delfi.ua/	Украина
Грузия-Online	118. http://www.apsny.ge/	Грузия
The Atlantic	119. http://www.theatlantic.com/	США
Українська правда	120. http://www.pravda.com.ua/	Украина
Literarky	121. http://www.literarky.cz/index_o.php	Чехия
Elet es	122. http://www.es.hu/index.php	Венгрия
Le Temps	123. http://www.letemps.ch/Home	Швейцария
China Daily	124. http://www.chinadaily.com.cn/index.html	Китай
Real Clear World	125. http://www.realclearworld.com/	США

Panorama.am	126. http://www.panorama.am/ru/	Армения
Przegląd Tygodnik	127. http://www.przegląd-tygodnik.pl/	Польша
The Boston Globe	128. http://www.boston.com/	США
The Time	129. http://www.time.com/time/	США
Diario Informacion	130. http://www.diarioinformacion.com/	Испания
УРА -Информ	131. http://ura-inform.com/	Украина
La Vanguardia	132. http://www.lavanguardia.es/	Испания
中国评论通讯社 China Review News	133. http://gb.chinareviewnews.com/	Китай
ForUm	134. http://for-ua.com/	Украина
From-UA	135. http://from-ua.com/	Украина
Les Echos	136. http://www.lesechos.fr/	Франция
Financial Times Deutschland	137. http://www.ftd.de/	Германия
Телеграф	138. http://telegraf.by/	Белоруссия
Blog Respekt	139. http://blog.respekt.cz/	Чехия
Dziennik	140. http://www.dziennik.pl/	Польша
Polityka	141. http://www.polityka.pl/	Польша
Aktualne Centrum	142. http://aktualne.centrum.cz/	Чехия
καθημερινή Kathimerini	143. http://www.kathimerini.gr/	Греция
Pantagraph	144. http://www.pantagraph.com/	США
Finanza-online	145. http://www.finanzeonline.com/index.php	Италия
Έθνος	146. http://www.ethnos.gr/	Греция
Τα νέα	147. http://www.tanea.gr/	Греция
La Razon	148. http://www.larazon.es/	Испания
Salon 24	149. http://www.salon24.pl/	Польша
NE.O.S. ΦΟΡΟΥΜ	150. http://www.neos-forum.com/index.php	Греция
The Australian	151. http://www.theaustralian.com.au/	Австралия
Το βήμα	152. http://www.tovima.gr/homepage.asp	Греция
Przekroj	153. http://www.przekroj.pl/	Польша
Фраза	154. http://www.fraza.ua/	Украина
Хартыя 97	155. http://www.charter97.org/	Белоруссия
Dinaburg	156. http://www.dinaburg.eu/	Латвия
Lexpress	157. http://www.lexpress.fr/	Франция
The Financial Post	158. http://www.financialpost.com/	Канада
New York Daily News	159. http://www.nydailynews.com/index.html	США
南方都市报	160. http://epaper.nddaily.com/	Китай
Forbes	161. http://www.forbes.com/	США
Tyden	162. http://www.tyden.cz/	Чехия
Lidovky	163. http://neviditelnypes.lidovky.cz/	Чехия
The Lyndon La Rouché political action comitee	164. http://www.larouchepac.com/	США
Notiexpress	165. http://www.notiexpress.com.ar/	Аргентина
Թերթ.am	166. http://www.tert.am/	Армения
France 24	167. http://www.france24.com/fr/	Франция

Die Tageszeitung	168. http://www.taz.de/	Германия
Abkhaziya	169. http://www.abkhaziya.org/	Абхазия
El Diario	170. http://www.eldiario.net/	Боливия
La Patria	171. http://lapatriaenlinea.com/index.php	Боливия
The Vancouver Sun	172. http://www.vancouver.sun.com/index.html	Канада
L'Expression	173. http://www.lexpressiondz.com/	Алжир
World Affairs	174. http://www.worldaffairsjournal.org/index.html	США
Gazeta Prawna	175. http://www.gazetaprawna.pl/	Польша
Империя	176. http://www.imperiya.by/	Белоруссия
The National Interest (The Nixon Center)	177. http://www.nationalinterest.org/	США
Press -tv	178. http://www.presstv.ir/default.aspx	Иран
Η έρευνα	179. http://www.e-erevna.gr/portal/default.aspx	Греция
Vijesti	180. http://www.vijesti.ba/	Босния и Герцеговина
人民日报 Rénmín Rìbào	181. http://world.people.com.cn/	Китай (Жэньминь жибао)
Kitekinto	182. http://kitekinto.hu/	Венгрия
China	183. http://www.china.com.cn/index.htm	Китай
Pontifical Council for Social Communications	184. http://www.pccs.va/index.php	Ватикан
Spiegelfechter	185. http://www.spiegelfechter.com/wordpress/	Германия
Travian	186. http://forum.travian.co.uk/	Великобритания
Telesport	187. http://www.telesport.hu/	Венгрия
EurActiv	188. http://www.euractiv.fr/	Франция
EcoDiario	189. http://ecodiario.economista.es/	Испания
Tanfolyam	190. http://www.tanfolyam.hu/	Венгрия
Avanguardia Legionaria	191. http://www.avanguardialegionaria.com/	Италия
Baltija	192. http://baltija.eu/	Эстония
Ves	193. http://www.ves.lv/	Латвия
D-pils	194. http://www.d-pils.lv/	Латвия
Tagesspiegel	195. http://www.tagesspiegel.de/	Германия
Forein Affairs	196. http://www.foreignaffairs.com/	США
Rue 89	197. http://www.rue89.com/	Франция
Agence Gabonaise de Presse	198. http://www.agpgabon.ga/	Габон
Ikaly	199. http://www.ikaly.com/accueil/index.php	Гаити
الجزيرة	200. http://english.aljazeera.net/	ОАЭ
Le Monde Diplomatique	201. http://www.monde-diplomatique.fr/ 202. http://eo.mondediplo.com/	Франция
Helsingin Sanomat	202. http://www.hs.fi/	Финляндия
Freitag	203. http://www.freitag.de/	Германия
The Morning Star	204. http://www.morningstaronline.co.uk/index.php/news	Великобритания
Blog Russia	205. http://www.russiablog.org/	США
Trybuna	206. http://www.trybuna.com.pl/	Польша

Publico	207. http://www.publico.es/	Испания
Gtelecom	208. http://www.gtelecom.gw/	Гвинея-Бисау
Rieczpospolita	209. http://www.rp.pl/temat/2.html	Польша
Hurriyet	210. http://www.hurriyet.com.tr/anasayfa/	Турция
The Morung Express	211. http://www.morungexpress.com/	Индия
Oakke	212. http://www.oakke.gr/	Греция
მედიანews	213. http://www.medianews.ge/	Грузия
Bild	214. http://www.bild.de/	Германия
TVN24	215. http://www.tvn24.pl/	Польша
Altinget	216. http://www.altinget.dk/	Дания
Onet	217. http://www.onet.pl/	Польша
Newsweek Redakcja	218. http://www.redakcja.newsweek.pl/	Польша
Denik	219. http://www.denik.cz/	Чехия
Berner Zeitung	220. http://www.bernerzeitung.ch/	Швейцария
Slavia	221. http://slavia.ee/index.php	Эстония
El Periodico	222. http://www.elperiodico.com/	Испания
WCC-Daily	223. http://wccdailly.scol.com.cn/	Китай
Libero-News	224. http://libero-news.it/	Италия
Borba	225. http://www.borba.rs/index.php	Сербия
Idnes	226. http://www.idnes.cz/	Чехия
Τροκτικό	227. http://troktiko.blogspot.com/	Греция
Aftenposten	228. http://www.aftenposten.no/	Норвегия
Agence Congolaise de Presse	229. http://acpcongo.cd/	ДРК
Petra	230. http://petra.gov.jo/default.aspx?lng=2	Иордания
I-Kypros	231. http://www.ikypros.com/	Кипр
Mysl Polska	232. http://nowa.myslpolska.pl/	Польша
Granma	233. http://www.granma.cubaweb.cu/	Куба
Angora	234. http://www.angora.com.pl/	Польша
Global Research	235. http://www.globalresearch.ca/	Канада
Tazar	236. http://www.tazar.kg/	Киргизия
Литовский курьер	237. http://www.kurier.lt/	Литва
Зеркало	238. http://zerkalo.az/	Азербайджан
168 часов	239. http://168.am/ru/	Армения
The Nation	240. http://www.thenation.com/	США
The New-York Post	241. http://www.nypost.com/	США
Les Publicacions	242. http://www.publicacions.ub.es/	Испания
Inforpress	243. http://www.inforpress.publ.cv/index.php	Кабо-Верде
Nur	244. http://www.nur.kz/	Казахстан
Srpska Analitika	245. http://www.srpskaanalitika.com/	Сербия
Bloomberg Businessweek	246. http://www.businessweek.com/	США
Nonsensopedia	247. http://nonsensopedia.wikia.com/	Польша
Blic-online	248. http://www.blic.rs/	Сербия
Wienerzeitung	249. http://www.wienerzeitung.at/	Австрия
Geopolitika	250. http://www.geopolitika.rs/index.php	Сербия
Neo	251. http://www.magasinetneo.se/	Швеция

Литер	252. http://www.liter.kz/	Казахстан
ProUA	253. http://proua.com/	Украина
The Jewish Week	254. http://www.thejewishweek.com/	США
Homer Tribune	255. http://homertribune.com/	США
Naenara	256. http://www.naenara.kp/ru/	КНДР
Le Soir	257. http://archives.lesoir.be/	Бельгия
Ημερησία Ονλινε	258. http://www.imerisia.gr/	Греция
Daily Kos	259. http://www.dailykos.com/	США
Ibox	260. http://news.ibox.bg/	Болгария
Naviny	261. http://naviny.by/	Белоруссия
Slate	262. http://www.slate.fr/	Франция
Psz.pl	263. http://www.psz.pl/	Польша
Volkskrant	264. http://www.volkskrant.nl/	Нидерланды
Taipei Times	265. http://www.taipeitimes.com/News/	Тайвань
Robert Amsterdam	266. http://www.robertamsterdam.com/	США
UA-Reporter	267. http://www.ua-reporter.com/	Украина
ΠΟΛΙΤΗΣ-online	268. http://www.politis.com.cy/	Кипр
24	269. http://24.kg/	Киргизия
БГНЕС	270. http://www.v2.bgnes.com/	Болгария
ال شروق	271. http://www.shorouknews.com/	Египет
الإخ بارية عمون	272. http://www.ammonnews.net/	Иордания
Copts United	273. http://www.coptsunited.com/	Египет
ال يوم المصري	274. http://www.almasryalyoum.com/	Египет
Spravvy	275. http://spravy.pravda.sk/	Словакия
The Market Oracle	276. http://www.marketoracle.co.uk/	Великобритания
ABC	277. http://www.abc.net.au/	Австралия
Dnevnik	278. http://www.dnevnik.bg/	Болгария
Euractiv	279. http://www.euractiv.sk/	Словакия
Dzd	280. http://www.dzd.ee/	Эстония
Радио-Телевизија Србја	281. http://www.rts.rs/page/home/ci.html	Сербия
Metro	282. http://www.metro.se/	Швеция
Världen Idag	283. http://www.varldenidag.se/	Швеция
Huszadikszazad	284. http://huszadikszazad.hu/	Венгрия
Freedom House	285. http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=1	США
Lewica	286. http://www.lewica.pl/	Польша
Tages Anzeiger	287. http://www.tagesanzeiger.ch/	Швейцария
L'Unità	288. http://www.unita.it/	Италия
Computerwoche	289. http://www.computerwoche.de/	Германия
Ночной дозор	290. http://dozor.ee/index.php	Эстония
Bruno Mellano's Weblog	291. http://brunomellano.wordpress.com/	Италия
Kurd	292. http://www.ekurd.net/	США
The Asian Age	293. http://www.asianage.com/	Индия
DN	294. http://www.dn.no/forsiden/	Норвегия
The Times of India	295. http://timesofindia.indiatimes.com/	Индия
Республика Армения	296. http://www.ra.am/	Армения

The Georgian Times	297. http://www.geotimes.ge/index.php	Грузия
The Tehran Times	298. http://www.tehrantimes.com/	Иран
Muzyka Rosyjska	299. http://muzykarosyjska.pl/	Польша
Express	300. http://www.express.gr/	Греция
War and Game	301. http://warandgame.blogspot.com/	США
The Malaysian Insider	302. http://www.themalaysianinsider.com/	Малайзия
The Hindu	303. http://www.hindu.com/	Индия
Vaterland	304. http://www.vaterland.li/index.cfm	Лихтенштейн
Monterey Country The Herald	305. http://www.montereyherald.com/	США
CBS-News	306. http://www.cbsnews.com/?tag=hdr	США
Nol	307. http://www.nol.hu/	Венгрия
Gazeta	308. http://www.gazeta.kz/	Казахстан
News	309. http://www.news.com.au/	Австралия
Wales-online	310. http://www.walesonline.co.uk/	Великобритания
Telegraaf	311. http://www.telegraaf.nl/	Нидерланды
The Trumpet	312. http://www.thetrumpet.com/index.php	США
ABC	313. http://www.abc.es/	Испания
Високий Замок	314. http://www.wz.lviv.ua/	Украина
Idof	315. http://idof.3mt.com.cn/article/	Китай
De Pers	316. http://www.depers.nl/	Нидерланды
Military People	317. http://military.people.com.cn/	Китай
Осинформ	318. http://osinform.ru/index.php	Южная Осетия
Президент Республики Абхазия	319. http://www.abkhaziagov.org/ru/	Абхазия
The Georgia Times	320. http://www.georgiatimes.info/	Грузия
Клуб друзей	321. http://klubdruzei.okis.ru/	Россия
Information	322. http://www.information.dk/	Дания
Trouw	323. http://www.trouw.nl/	Нидерланды
Флот України	324. http://fleet.sebastopol.ua/index.php	Украина
The Assam Tribune	325. http://www.assamtribune.com/	Индия
El Universal	326. http://www.eluniversal.com.mx/opinion.html	Мексика
Clarín	327. http://www.clarin.com/	Аргентина
El Pais	328. http://elpais.cr/	Коста-Рика
Ottawa Sun	329. http://www.ottawasun.com/	Канада
Khaleej Times	330. http://www.khaleejtimes.com/index00.asp	ОАЭ
Lragir	331. http://lragir.am/armsrc/home.html	Армения
The Tyee	332. http://thetyee.ca/	Канада
Вести	333. http://www.vesti.bg/index.phtml	Болгария
Le Soir	334. http://www.lesoir.be/	Бельгия
MixNews	335. http://www.mixnews.lv/	Латвия
Prawica	336. http://www.prawica.net/	Польша
Україна Молода	337. http://www.umoloda.kiev.ua/	Украина
Official Wire	338. http://www.officialwire.com/	США
Berlingske Tidende	339. http://www.berlingske.dk/	Дания
Svenska Dagbladet	340. http://www.svd.se/	Швеция

RFI	341. http://www.rfi.fr/	Франция
History Today	342. http://www.historytoday.com/frontpage.aspx	Великобритания
Prague Watchdog	343. http://www.watchdog.cz/	Чехия
Canada Free Press	344. http://canadafreepress.com/	Канада
Politiken	345. http://politiken.dk/	Дания
Actualno	346. http://www.actualno.com/	Болгария
Daily Trust	347. http://www.news.dailytrust.com/	Нигерия
Destentor	348. http://www.destentor.nl/	Нидерланды
Народная Газета	349. http://ng.by/	Белоруссия
Jan Spengler	350. http://spengler.li/	Лихтенштейн
Wochenzeitung	351. http://woxx.lu/	Люксембург
Деловой Казахстан	352. http://www.dknews.kz/	Казахстан
Kalaallit Nunaata Radioa	353. http://knr.gl/	Дания
The Exiled	354. http://exiledonline.com/	США
Bakililar	355. http://bakililar.az/	Азербайджан
Ελευθεροτυπία	356. http://www.enet.gr/	Греция
Idividi	357. http://www.idividi.com.mk/	Македония
Sydsvenskan	358. http://www.sydsvenskan.se/	Швеция
Зеркало недели	359. http://www.zn.ua/	Украина
Arctowski	360. http://www.arctowski.pl/	Польша
СБ – Беларусь сегодня	361. http://pda.sb.by/	Белоруссия
La Prensa	362. http://www.laprensa.hn/Otras-Secciones/Especiales	Гондурас
Scotsman	363. http://news.scotsman.com/	Великобритания
Aljazeera	364. http://english.aljazeera.net/	ОАЭ
Inosturman	365. http://www.inosturman.ru	Россия
Nclhr	366. http://www.nclhr.gov.mv/	Мальдивы
1-News	367. http://www.1news.az/	Азербайджан
The Daily Star	368. http://www.dailystar.com.lb/	Ливан
The Neshoba Democrat	369. http://neshobademocrat.com/	США
DeMorgen	370. http://www.demorgen.be/	Бельгия
Army	371. http://army.lv/	Латвия
Красная Звезда	372. http://www.redstar.ru/index.shtml	Россия
Polar Discovery	373. http://polardiscovery.who.edu/index.html	США
Голос Армении	374. http://www.golos.am/index.php	Армения
Celebrities	375. http://www.celebrities.am/	Армения
Руська Правда	376. http://www.ruska-pravda.com/	Украина
Eureka Street	377. http://www.eurekastreet.com.au/default.aspx	Австралия
Malta Independent-online	378. http://www.independent.com.mt/	Мальта
Expert Club	379. http://rus.expertclub.ge/	Грузия
Info7	380. http://info7.mx/	Мексика
Verdade	381. http://www.verdade.co.mz/	Мозамбик
Ριζοσπάστης	382. http://www1.rizospastis.gr/	Греция

Agora Vox	383. http://www.agoravox.fr/	Франция
Військо України	384. http://www.vu.mil.gov.ua/index.php	Украина
Myslpolska	385. http://sol.myslpolska.pl/	Польша
Infotag	386. http://www.infotag.md/	Молдавия
Counterpunch	387. http://www.counterpunch.org/	США
Euobserver	388. http://euobserver.com/	Бельгия
Il Sussidiario	389. http://www.ilsussidiario.net/News/	Италия
Час	390. http://www.chas-daily.com/win/index.html	Латвия
La Revolution	391. http://larevolution.ru/	Россия
Htkp	392. http://www.htkp.org/	Венгрия
Tut	393. http://www.tut.by/	Белоруссия
Персональная страница Александра Розина	394. http://alerozin.narod.ru/index.html	Россия
Салими Аюзбод	395. http://aioubzod.wordpress.com/	Таджикистан
Xronika	396. http://xronika.az/	Азербайджан
Money	397. http://money.ibox.bg/	Болгария
Военная Литература	398. http://militera.lib.ru/	Россия
Österreichische Nationalbibliothek	399. http://anno.onb.ac.at/	Австрия
La Agencia Latinoamericana de Información – ALAI	400. http://alainet.org/	Эквадор
Литер	401. http://www.liter.kz/	Казахстан
Histmag	402. http://histmag.org/	Польша
Rebellion	403. http://www.rebellion.org/	Испания
L'Information Alternative	404. http://www.alterinfo.net/	Франция
Kuruc	405. http://kuruc.info/	Венгрия
AVA	406. http://ava.md/	Молдавия
Analitika	407. http://analitika.at.ua/	Украина
Arab News	408. http://arabnews.com/	Саудовская Аравия
Телеграф	409. http://www.telegraf.lv/	Латвия
Новые Вести	410. http://www.vesti.ee/	Эстония
Hirextra	411. http://www.hirextra.hu/	Венгрия
Блоги	412. http://w.blog.hu/	Венгрия
Gazeta Prawna	413. http://www.gazeta.pl/	Польша
Google	414. http://www.google.com/	США
Der Westen	415. http://www.derwesten.de/	Германия
Столица	416. http://www.stolitsa.ee/	Эстония
Meeting	417. http://www.meeting.lv/	Латвия
Ослепленный Самсон	418. http://samsonblinded.org/rublog/	Израиль
Sigma Live	419. http://www.sigmalive.com/simerini	Кипр
Free Forums	420. http://truth.freeforums.org/portal.php	Греция
Foreign Press	421. http://www.foreignpress-gr.com/	Греция

Эхо	422. http://www.echo-az.com/index.shtml	Азербайджан
Haaretz	423. http://www.haaretz.com/	Израиль
Голос Монголии	424. http://www.vom.mn/ru/	Монголия
The National Institute for Defense Studies	425. http://www.nids.go.jp/	Япония
Atsumi International Scholarship Foundation	426. http://www.aisf.or.jp/	Япония
Orange	427. http://www.orange.fr/	Франция
Today	428. http://today.kz/ru	Казахстан
History Net	429. http://www.historynet.com/	США
Najwyższy Czas!	430. http://nczas.com/redakcja/	Польша
Рэспубліка	431. http://www.respublika.info/today/	Белоруссия
Zoúγκλα	432. http://www.zougla.gr/	Греция
Ναυτεμπορική	433. http://www.naftemporiki.gr/	Греция
Historycy	434. http://www.historycy.org/index.php	Польша
Venezuel Analysis	435. http://venezuelanalysis.com/	Венесуэла
The Daily Worker	436. http://www.thedailyworker.net/	США
WDR	437. http://www.wdr.de/themen/homepages/homepage.jhtml	Германия
Algarve Digital	438. http://www.algarvedigital.pt/algarve/index.php	Португалия
Jang	439. http://www.jang.com.pk/	Пакистан
LA FONDATION Charles-de-Gaulle	440. http://www.charles-de-gaulle.org/	Франция
La Repubblica	441. http://www.repubblica.it/	Италия
Экспресс К	442. http://www.express-k.kz/	Казахстан
Цензор	443. http://censor.net.ua/	Украина
Свобода	444. http://www.svoboda.org.ua/	Украина
Novosti	445. http://novosti.err.ee/	Эстония
Суббота	446. http://www.subbota.com/index.html	Латвия
Бряг	447. http://www.brjag.bg/site/home.php?category=default	Болгария
Zentrale für Unterrichtsmedien	448. http://www.zum.de/	Германия
Calvin College	449. http://www.calvin.edu/	США
Bloog Piotra Gadzinowskiego	450. http://gadzinowski.bloog.pl/	Польша
Газета Слоні́мская	451. http://www.gs.by/	Белоруссия
Абхазия – страна души	452. http://www.abkhazia.narod.ru/	Абхазия
Drogovy Informacni Server	453. http://www.drogy.net/	Чехия
Reflex	454. http://www.reflex.cz/	Чехия
Кабар	455. http://www.kabar.kg/	Киргизия
La Nazione	456. http://lanazione.ilsole24ore.com/	Италия
Авеста	457. http://avesta.tj/	Таджикистан
National Digital Library	458. http://www.polona.pl/dlibra	Польша
Туркменистан –	459. http://www.turkmenistan.gov.tm/	Туркмения

Золотой век		
Банкир	460. http://bankir.uz/	Узбекистан
Trend	461. http://trend.az/	Азербайджан
Информационно-аналитический портал союзного государства	462. http://www.soyuz.by/	Белоруссия
Lewica	463. http://lewica.pl/	Польша
Parkiet Gazeta Gieldy	464. http://www.parkiet.com/temat/7.html	Польша
The American Interest-online	465. http://www.the-american-interest.com/index.cfm	США
Asharg Alawsat	466. http://www.asharq-e.com/default.asp	Саудовская Аравия
The New America Foundation	467. http://www.newamerica.net/	США
Press-EuropeanDrama	468. http://press-europeandrama.blogspot.com/	Греция
Империя	469. http://imperiya.by/	Белоруссия
Казахстанская правда	470. http://www.kazpravda.kz/	Казахстан
Joanerges	471. http://joanerges.livejournal.com/	Польша
The Daily Beast	472. http://www.thedailybeast.com/	США
7-Kanal	473. http://www.7kanal.com/	Израиль
Рес	474. http://cominf.org/	Южная Осетия
Независимая Молдова	475. http://www.nm.md/	Молдавия
Capital	476. http://www.capital.gr/	Греция
Земляк	477. http://zemljak.info/	Эстония
Gazeta 2.0	478. http://www.gazeta.lv/published	Латвия
Zona	479. http://www.zonakz.net/	Казахстан
CNN	480. http://edition.cnn.com/	США
Азербайджанские Вести	481. http://www.azerizv.az/index.php	Азербайджан
Вечерний Бишкек	482. http://www.vb.kg/	Киргизия
Наша Канада	483. http://www.nashacanada.com/index.htm	Канада
Russian Ireland	484. http://www.russianireland.com/index.php	Ирландия
Interia	485. http://www.interia.pl/	Польша
NEWS	486. http://news.am/	Армения
Наша Абхазия	487. http://abkhazeti.info/	Грузия
БелГазета	488. http://belgazeta.by/	Белоруссия
Azatam Tutyun	489. http://azatamtutyun.com/	Армения
Единение	490. http://www.unification.net.au/	Австралия
Караван	491. http://www.caravan.kz/	Казахстан
Политика	492. http://www.politika.bg/	Болгария
American Thinker	493. http://www.americanthinker.com/	США
Новое Время	494. http://www.nv.am/	Армения

Спектр	495. http://spektr.net/	Финляндия
Чехия Сегодня	496. http://www.czechtoday.cz/	Чехия
Новости Бенилюкса	497. http://www.bnlnews.nl/index.php	Нидерланды
Index	498. http://index.hu/	Венгрия
Белорусский Партизан	499. http://www.belaruspartisan.org/bp-forte/	Белоруссия
Аб'яднаныя дэмакратычна сілы Беларусі	500. http://udf.by/	Белоруссия
Common Dreams	501. http://www.commondreams.org/	США
The Jerusalem Post	502. http://www.jpost.com/	Израиль
The Baltic Course	503. http://www.baltic-course.com/rus/	Латвия
Edward Lucas	504. http://edwardlucas.blogspot.com/	США
American Free Press	505. http://www.americanfreepress.net/	США
Jungle World	506. http://jungle-world.com/	Германия
Экономика	507. http://www.economica.com.ua/	Украина
Илюстрована Политика	508. http://www.ilustrovana.com/	Сербия
Nbc Philadelphia	509. http://www.nbcphiladelphia.com/	США
Military	510. http://www.military.com/	США
News Kozani	511. http://news.kozaninet.gr/	Греция
Kazakhstan Today	512. http://www.kt.kz/	Казахстан
Свободные новости	513. http://www.sn-plus.com/index.php	Белоруссия
BibliOdyssey	514. http://bibliodyssey.blogspot.com/	США
Sign on San Diego	515. http://www.signonsandiego.com/	США
N-TV	516. http://www.n-tv.de/	Германия
Infognomon Politics	517. http://infognomonpolitics.blogspot.com/	Греция
Контракты	518. http://kontrakty.ua/	Украина
Interlic	519. http://www.interlic.md/	Молдавия
Business Pundit	520. http://www.businesspundit.com/	США
The Comic Book Catacombs	521. http://comicbookcatacombs.blogspot.com/	США
Sächsische Zeitung	522. http://www.sz-online.de/	Германия
Русскоязычный Бенилюкс	523. http://www.rus.nl/default.asp	Нидерланды
Asia-Plus	524. http://asiaplus.tj/	Таджикистан
Молдавские Ведомости	525. http://vedomosti.md/	Молдавия
Polish Market-online	526. http://www.polishmarket.com.pl/	Польша
Newstrack India	527. http://newstrackindia.com/index.jsp	Индия
International Relations and Security Network	528. http://www.isn.ethz.ch/isn/	Швейцария

Радио Аззатык	529. http://rus.azattyq.org/	Казахстан
Inside Halton	530. http://www.insidehalton.com/	Канада
12.uz	531. http://www.12.uz/	Узбекистан
Tribune de Geneve	532. http://www.tdg.ch/	Швейцария
Хвиля	533. http://hvylya.org/index.php	Украина
Threats Watch	534. http://threatswatch.org/	США
Vrij Nederland	535. http://www.vn.nl/Deze-week.htm	Нидерланды
Central Asia Monitor	536. http://www.camonitor.com/index.php	Казахстан
Moldova Nova	537. http://www.moldovanova.md/	Молдавия
Официальный сайт президента Республики Абхазии	538. http://www.abkhaziagov.org/ru/	Абхазия
Kurier	539. http://kurier.at/	Австрия
Казинформ	540. http://inform.kz/rus/	Казахстан
AlterNet	541. http://www.alternet.org/	США
Економічна Правда	542. http://www.epravda.com.ua/	Украина
Cartoonists	543. http://www.cartoonists.gr/	Греция
Вести	544. http://www.vesti.uz/	Узбекистан
Глобалист	545. http://globalist.org.ua/	Украина
Осинформ	546. http://osinform.ru/index.php	Южная Осетия
Народна Правда	547. http://www.narodnapravda.com.ua/	Украина
Presseportal	548. http://www.presseportal.de/	Германия
Gute Frage	549. http://www.gutefrage.net/	Германия
Politik	550. http://www.politik.de/	Германия
Wer-Weiss-Was	551. http://www.wer-weiss-was.de/	Германия
Styx	552. http://www.styx.gr/	Греция
Vanity Fair	553. http://www.vanityfair.com/	США
Tomas-Franke	554. http://www.tomas-franke.cz/	Чехия
ABC-News	555. http://abcnews.go.com/	США
Engelgard	556. http://engelgard.pl/	Польша
Whatdoesitmean	557. http://www.whatdoesitmean.com/	США
Interfax	558. http://www.interfax.by/	Белоруссия
Хатζάρας	559. http://hatzaras.blogspot.com/	Греция
Katholische Universität Eichstätt	560. http://ku-eichstaett.academia.edu/	Германия
Ховар	561. http://www.khovar.tj/index.php	Таджикистан
Минпром	562. http://minprom.ua/	Украина
Shenandoah	563. http://johngaltfla.com/	США
Вести	564. http://vesti.kz/	Казахстан
Бектур Искендер	565. http://bektour.com/	Киргизия
Primus	566. http://primus.lt/	Литва

The Korea Times	567. http://www.koreatimes.co.kr/	Южная Корея
Южная Осетия	568. http://ugo-osetia.ru/	Южная Осетия
The European Union Times	569. http://www.eutimes.net/	США
Wysokie Obcasy	570. http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/0,0.html	Польша
Vesti	571. http://www.vesti.az/index.php	Азербайджан
Partnerstwo dla przyszlosci	572. http://www.partnerstwodlaprzyszlosci.edu.pl/pdp/default.aspx	Польша
Այսօր`	573. http://aysor.am/ru/	Армения
DATE.BS	574. http://www.date.bs/	Багамы
Министерство экономического развития и торговли Республики Казахстан	575. http://www.minplan.kz/index.php	Казахстан
Runet	576. http://runet.lt/	Литва
Omega	577. http://omg.md/?lang=3	Молдавия
Kazani	578. http://kazani.gr/	Греция
CHAT	579. http://www.chat.md/forum/	Молдавия
Aftonbladet	580. http://www.aftonbladet.se/	Швеция
ΠΡΟΣΟΧΗ_δαγκώνει!	581. http://peslac.pblogs.gr/	Греция
Disput	582. http://www1.600min.az/	Азербайджан
Market Skeptics	583. http://www.marketskeptics.com/	США
Energy Bulletin	584. http://www.energybulletin.net/	США
Boguslaw Kowalski	585. http://www.blog.boguslawkowalski.pl/	Польша
Expressen	586. http://www.expressen.se/	Швеция
Information Agency 'PirWeli'	587. http://pirweli.com.ge/	Грузия
Above Top Secret	588. http://www.abovetopsecret.com/	США
The New American	589. http://www.thenewamerican.com/	США
Terra	590. http://terra.md/	Молдавия
Antinews	591. http://www.antinews.gr/	Греция
Borovoe	592. http://www.borovoe.kz/	Казахстан
The Sydney Morning Herald	593. http://www.smh.com.au/	Австралия
Alles Schall und Rauch	594. http://alles-schallundrauch.blogspot.com/	Германия
Szczesniak	595. http://szczesniak.pl/	Польша
The Real News	596. http://therealnews.com/t2/	США
GreekMaSa	597. http://www.greekmasa.gr/	Греция
Ipernity	598. http://www.ipernity.com/	Швейцария

Kalle Kniivilä	599. http://www.kniivila.net/	Швеция
Wirtschaftsblatt	600. http://www.wirtschaftsblatt.at/home/index.do	Австрия
Krone	601. http://www.krone.at/	Австрия
Eventeo	602. http://www.eventeo.net/web/	Франция
Наше Мнение	603. http://nmnby.eu/	Белоруссия
Приднестровье	604. http://newspmr.com/	Молдавия
Civil	605. http://civil.ge/rus/index.php	Грузия
Комсомольская Правда	606. http://kp.md/	Молдавия
Asterios	607. http://forum.asterios.tm/index.php	Туркмения
Bishkek Press Club	608. http://www.bpc.kg/	Киргизия
Подробности	609. http://podrobnosti.ua/	Украина
Yedioth Internet News	610. http://www.ynetnews.com/home/0,7340,L-3083,00.html	Израиль
Las Vegas Sun	611. http://www.lasvegassun.com/	США
The News	612. http://thenews.kz/	Казахстан
Esperanto	613. http://www.esperanto.org/	Россия
Обзор	614. http://obzor.lt/	Литва
Point	615. http://www.point.md/Default.aspx	Молдавия
UA-Banker	616. http://ua-banker.com.ua/	Украина
Γελάμε	617. http://gelame.com/	Греция
WEB.DE	618. http://web.de/	Германия
The Economic Collapse	619. http://theeconomiccollapseblog.com/	США
The New York Post	620. http://www.nypost.com/	США
Decan	621. http://decan.kz/	Казахстан
The Visual Economics	622. http://www.visualeconomics.com/	США
MinPress	623. http://www.minpress.gr/minpress	Греция
Anons	624. http://www.anons.uz/index.php	Узбекистан
Politics News	625. http://blog.taragana.com/politics/	США
The Middletown Press	626. http://www.middletownpress.com/	США
Армянское Бюро Путешествий	627. http://www.abp.am/	Армения
afn.by	628. http://www.afn.by/	Белоруссия
Media Pool	629. http://www.mediapool.bg/	Болгария
E-Vestnik	630. http://e-vestnik.bg/	Болгария
Racjonalista	631. http://www.racjonalista.pl/	Польша
Konserwatyzm	632. http://www.konserwatyzm.pl/	Польша
	633. http://gxangalo.com/	Бразилия
Кишиневский Обозреватель	634. http://www.ko.md/main/	Молдавия
Stop-Obama	635. http://www.stop-obama.org/	США

Каморка	636. http://forum.kamorka.com/	Канада
Missile Defense Agency	637. http://www.mda.mil/index.html	США
DV.ee	638. http://www.dv.ee/	Эстония
Новости-Азербайджан	639. http://novosti.az/	Азербайджан
Deutsche Welle	640. http://www.dw-world.de/	Германия
Market Watch	641. http://www.marketwatch.com/	США
ערוץ 7	642. http://www.israelnationalnews.com/	Израиль
Այսօր`	643. http://www.aysor.am/ru/	Армения
Haber Türk	644. http://www.haberturk.com/	Турция
The China Post	645. http://www.chinapost.com.tw/	Тайвань
Казах Зерно	646. http://www.kazakh-zerno.kz/index.php	Казахстан
L'Humanité	647. http://www.humanite.fr/	Франция
Общественный Рейтинг	648. http://www.pr.kg/	Киргизия
World Meets	649. http://worldmeets.us/	США
Karpataljalap	650. http://www.karpataljalap.net/	Венгрия
Moldova Azi	651. http://www.azi.md/ru	Молдавия
Military Photos	652. http://www.militaryphotos.net/	США
Strategy Page	653. http://www.strategypage.com/default.asp	Великобритания
Письма о Ташкенте	654. http://mytashkent.uz/	Узбекистан
Интерфакс-Украина	655. http://www.interfax.com.ua/	Украина
Pramnos	656. http://www.pramnos.net/	Греция
De Facto	657. http://defacto.am/index.php	Армения
Wiedenroth Karikatur	658. http://wiedenroth-karikatur.blogspot.com/	Германия
Strategy Geopolitics	659. http://strategy-geopolitics4.blogspot.com/	Греция
China Defense Blog	660. http://china-defense.blogspot.com/	Китай
Reliable Security Information	661. http://www.globalsecurity.org/index.html	США
Spartacus Educational	662. http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/	Великобритания
Linke Zeitung	663. http://www.linkezeitung.de/cms/index.php	Германия
Geschichtsforum	664. http://www.geschichtsforum.de/	Германия
Euro-Synergies	665. http://euro-synergies.hautetfort.com/	Франция
Ревизор Одесских Новостей	666. http://revisor.od.ua/	Украина
Business Insider	667. http://www.businessinsider.com/clusterstock	США
Знамя Юности	668. http://zn.by/	Белоруссия
Кировоградский Бизнес	669. http://www.biz.kr.ua/	Украина
ЗаПЧЕЛ	670. http://www.pctvl.lv/	Латвия
Алматинские Друзья	671. http://friends.kz/	Казахстан

Български Антифашистки Съюз	672. http://bas-bg.org/	Болгария
Poltergeist	673. http://polter.pl/	Польша
Bloog Piotra Gadzinowskiego	674. http://gadzinowski.bloog.pl/	Польша
MSN	675. http://www.msn.com/?st=1	США
Slate	676. http://www.slate.com/	США
Комсомольская Правда	677. http://www.kp.kz/	Казахстан
Digital Journal	678. http://www.digitaljournal.com/	США
Zone Militaire	679. http://www.opex360.com/	Франция
The Daily Campus	680. http://www.dailycampus.com/	США
Gazeta Petersburska	681. http://www.gazetapetersburska.org/	Россия
La Ultima Generacion	682. http://www.laultimageneracion.com/	Испания
Новости Беларуси	683. http://belta.by/	Белоруссия
Новая Литература Кыргызстана	684. http://www.literatura.kg/main/	Киргизия
Pathfinder	685. http://www.pathfinder.gr/	Греция
The Atlanta Jornal Constitution	686. http://www.ajc.com/	США
Комсомольская Правда в Украине	687. http://kp.ua/	Украина
i.ua	688. http://www.i.ua/	Украина
MCH-online	689. http://www.msn.kg/	Киргизия
Strana	690. http://www.strana.co.il/	Израиль
Baatarhuyag	691. http://baatarhuyag.niitlelch.mn/home.shtm 1	Монголия
SeaSide	692. http://seaside.ae/	ОАЭ
The Peoples Voice	693. http://www.thepeoplesvoice.org/TPV3/Voices.php	США
Геноцид осетин	694. http://osgenocide.ru/	Южная Осетия
Apsny	695. http://www.apsny.ru/	Абхазия
KLSU – Kalama Trans	696. http://www.klsu.al/index.php	Албания
Русский форум в Аргентине	697. http://www.rusforum.com.ar/index.php	Аргентина
Polska	698. http://www.polskatimes.pl/	Польша
Armen Press	699. http://www.armenpress.am/index/index/la ng/ru	Армения
Взгляд из Австралии	700. http://rspasanu.livejournal.com/	Австралия
Русские в Бельгии	701. http://www.russian-belgium.be/	Бельгия
En Son Haber	702. http://www.ensonhaber.com/	Турция
Stratejik Boyut	703. http://www.stratejikboyut.com/	Турция

De Volkskrant Geschiedenis	704. http://www.vkgeschiedenis.nl/	Нидерланды
Sina	705. http://english.sina.com/index.html	Китай
Pengar24	706. http://www.e24.se/pengar24/	Швеция
Shiranui	707. http://shiranui.ymipollo.com/	Испания
Peter Linden Digaltala liv	708. http://peterlinden.se/	Швеция
Helagotland	709. http://helagotland.se/nyheter/default.aspx	Швеция
Norge Idag	710. http://www.idag.no/	Норвегия
Sol – Scandinavia-online	711. http://www.sol.no/	Норвегия
Stop NATO	712. http://rickrozoff.wordpress.com/	США
Die Standard	713. http://diestandard.at/	Австрия
Stoks	714. http://www.stocks.ch/index.asp	Швейцария
Π.Σ. Θερμοπύλες	715. http://www.thermopilai.org/	Греция
Raeson	716. http://raeson.dk/default.asp	Дания
Streetwise Professor	717. http://streetwiseprofessor.com/	США
Missile Defense Advocacy Alliance	718. http://missiledefense.wordpress.com/	США
Pressuz-info.uz	719. http://pressuzinfo.uz/index.php?title=home	Узбекистан
Göteborgs-Posten	720. http://www.gp.se/	Швеция
irc.lv	721. http://irc.lv/qna	Латвия
Pro рекламу	722. http://pr.uz/	Узбекистан
Rusforum	723. http://www.rusforum.bg/index.php	Болгария
Русская газета в Болгарии	724. http://www.gazeta.bg/	Болгария
pirat.ca	725. http://pirat.ca/forum/index.php	Канада
Наша газета	726. http://www.nashagazeta.ch/	Швейцария
Ladoshki	727. http://www.ladoshki.ch/	Швейцария
New Statesman	728. http://www.newstatesman.com/	США
Dienas bizness	729. http://db.lv/	Латвия
По-русски о Чили	730. http://www.ruso.cl/ru/	Чили
Hayland	731. http://hayland.am/	Армения
Natural Resources Defense Council	732. http://www.nrdc.org/	США
Uzbekistan Daily	733. http://uzdaily.uz/index.htm	Узбекистан
Fakty i Mity	734. http://www.faktyimity.pl/	Польша
Русское Barrio	735. http://barrioruso.foroactivo.com/forum.htm	Боливия
Мегаполис	736. http://www.megapolis.kz/	Казахстан
France Soir	737. http://www.francesoir.fr/	Франция

Фраза	738. http://www.fraza.ua/	Украина
Amadeus Travel Agency	739. http://www.amadeus.co.cr/	Коста-Рика
Кубинское Агентство Новостей	740. http://www.ain.cu/idioma/ruso/principalruso.html	Куба
Пренса Латина	741. http://ruso.prensa-latina.cu/index.php	Куба
ΣΤΟΧΑΣΜΟΣ- ΠΟΛΙΤΙΚΗ	742. http://stoxasmos-politikh.blogspot.com/	Греция
Politifact	743. http://www.politifact.com/	США
Патамушта	744. http://www.patamushta.lt/	Литва
Islandsfengur	745. http://islandsfengur.blog.is/blog/islandsfengur/	Исландия
Pressan	746. http://www.pressan.is/	Исландия
Interesno	747. http://www.interesno.dn.ua/	Украина
Bugün	748. http://bugun.com.tr/	Турция
Radikal	749. http://www.radikal.com.tr/	Турция
Český Rozhlas	750. http://www.radio.cz/ru	Чехия
Пражский Экспресс	751. http://www.prague-express.cz/	Чехия
Ayato Kamina	752. http://ayato.all.dj/	Джибути
Еўрапейская Беларусь	753. http://europeanbelarus.org/	Белоруссия
МК-Азия	754. http://www.mk.kg/	Киргизия
Madata	755. http://www.madata.gr/	Греция
Bert Jensen	756. http://bertjensen.info/ 757. http://bertjensen.ch/	Швейцария
Cosmo	757. http://www.cosmo.gr/	Греция
Free Republic	758. http://www.freerepublic.com/home.htm	США
La Jornada	759. http://www.jornada.unam.mx/	Мексика
Expert	760. http://www.expert.bg/	Болгария
Volksblatt	761. http://www.volksblatt.li/default.aspx	Лихтенштейн
Swiss-Info	762. http://www.swissinfo.ch/ger/index.html	Швейцария
News	763. http://www.news.ch/	Швейцария
Nachrichten	764. http://www.nachrichten.ch/	Швейцария
Lëtzebuurger Journal	765. http://www.journal.lu/	Люксембург
Tageblatt	766. http://www.tageblatt.lu/ 767. http://tageblatt.editpress.lu/	Люксембург
Verivox	767. http://www.verivox.de/	Германия
Uhuh	768. http://www.uhuh.com/	США
Phorum	769. http://www.phorum.gr/index.php	Греция
Туркменистан Сегодня	770. http://tdh.gov.tm/	Туркмения
Δελτίο των 11	771. http://deltio11.blogspot.com/	Греция
Altair	772. http://www.altair.com.pl/	Польша
Brave Tube	773. http://www.bravetube.com/	США

Milliyet	774. http://www.milliyet.com.tr/	Турция
The Wonk Room	775. http://wonkroom.thinkprogress.org/	США
Vocea Basarabiei	776. http://www.voceabasarabiei.net/	Молдавия
Lewy Sierpowy	777. http://lewysierpowy.blox.pl/html	Польша
Иво Инджев	778. http://ivo.bg/	Болгария
InTV	779. http://www.intv.ua/	Украина
RusForum	780. http://rusforum.dk/index.php	Дания
Luxmberger Wort	781. http://www.wort.lu/wort/web/	Люксембург
Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	782. http://www.zlv.lu/	Люксембург
Nachrichten	783. http://www.nachrichten.at/	Австрия

*Таблица сайтов, упорядоченных по хронологии работы.